



Marsha

Marsha

Aplicativo de proteção e empoderamento
da comunidade LGBT

Matheus Lamoço Olivieri

UFRJ - Centro De Letras e Artes
Escola De Belas Artes
Departamento De Comunicação
Visual • BAV

Projeto e monografia de
graduação em Comunicação
Visual - Design I 2018.1

Orientação: Marcus Dohmann

Coorientação: Barbara Emanuel

Agradecimentos

Primeiramente, agradeço a toda a minha família pelo apoio, amor e suporte. Agradeço principalmente minha mãe por aceitar e compreender todas as minhas diferenças e por não medir esforços para que eu pudesse levar meus estudos adiante. Ao meu pai, que se foi cedo demais, mas marcou minha vida e me ensinou a ver beleza na diversidade.

Meus grandes amigos Anne Carlyne, Arthur Bastos, Carolina Werneck, Davidson Costa, Diego Fernandes e Leonel Menezes pela mais pura amizade desde a época de colégio e por estarem ao meu lado durante todo o projeto.

Aos meus amigos de faculdade que desde a primeira semana, há 6 anos, estão do meu lado, me apoiando quando necessário e me fazendo rir o tempo todo. Obrigado, Ana Carolina Lourenço, Beatriz Fernandes, Graziella Bonisolo e Vitor Pedrosa. Meus outros amigos da graduação, que com o tempo fomos formando uma grande amizade, Amanda Nobre, Carlos Eduardo Monteiro, Giovanna Rebecchi e Filipi Dias.

À cantora Lady Gaga, que por meio de suas músicas e ações, me fez acreditar que eu poderia ser quem eu quisesse e que mesmo sem conhecê-la, eu não estava sozinho.

Gostaria de agradecer também ao meu orientador Marcus Dohmann por sua dedicação, ensinamentos que possibilitaram que eu realizasse este trabalho e por ter aceito acompanhar este projeto tão desafiador e diferente de sua área de atuação. A minha coorientadora, Barbara Emanuel, tenho tudo a agradecer pelo seu carinho, dedicação e preocupação com o projeto e toda a assistência que me foi oferecida.

Por último, gostaria de homenagear todos os LGBTs que tiveram suas vidas interrompidas por crimes de ódio e por terem lutado para que hoje eu pudesse ser livre e falar sobre esse tema no ambiente acadêmico. Agradeço também a todos que apoiaram meu projeto e acreditaram que temos forças para melhorar o mundo e mudarmos nossas realidades.

Resumo

LAMOÇO, Matheus. Marsha: Aplicativo de proteção e empoderamento da comunidade LGBT.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Visual - Design) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, 2018.

Este projeto de conclusão de curso tem como proposta uma plataforma digital de indicação e centralização de estabelecimentos e espaços públicos ou privados voltados para o público LGBT. Por meio desta proposta, o público pode buscar por locais que fomentem a cultura, representatividade e união, incentivando a existência como forma de resistência à homotransfobia, questão incessante no Brasil há décadas. Essas pessoas sofrem constantemente violências físicas, verbais e psicológicas pelo fato de fugirem do padrão heterossexual cisgênero. Com isso, este trabalho busca empoderar pessoas com grande histórico de discriminação, opressão e vulnerabilidade para que elas busquem direitos básicos equiparados.

O resultado final do projeto é composto por *naming*, identidade visual, arquitetura de informação, *design* de interação, *design* de interface de aplicativo *mobile* e protótipos de alta fidelidade. Ele foi desenvolvido com base em pesquisa quantitativa, diálogos com o público alvo, vivências pessoais e utilizando a metodologia de planos da experiência do usuário de James Jesse Garrett como metodologia projetual.

Palavras-chave: interface. arquitetura de informação. homotransfobia. LGBT. resistência. aplicativo.

Abstract

LAMOÇO, Matheus. Marsha: LGBT Community Empowerment and Empowerment Application.

Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Comunicação Visual - Design) - Universidade Federal do Rio de Janeiro, Escola de Belas Artes, 2018.

This Undergraduate research dissertation proposes a digital platform for finding and centralizing businesses and public or private areas directed to the LGBT people. Through this proposal, the public is able to search for inclusive places that promote cultural representation and the existence as a form of resistance to homotransphobia, a recurring issue in Brazil in the past decades. These people suffer from constant physical, verbal and psychological aggressions for not conforming to the cisgender heterosexual standard. Therefore, this project aims to empower people with a great history of discrimination, oppression and vulnerability, so they will strive for more equal rights.

The final results of this project are composed of naming, visual identity, information architecture, interaction design, mobile app interface design and high fidelity prototypes. It was developed based on quantitative research, talks with the target audience and the James Jesse Garrett's planned methodology of user experience as the project methodology.

Keyword: interface. information architecture. homotransphobia. LGBT. resistance. app.

Sumário

Introdução	06	5.1.4 Análise de concorrentes	36
1. Homotransfobia e seus diversos tipos de violência	07	5.1.5 Benchmark	38
1.1 Brasil: O país que mais mata pessoas LGBTs	07	5.2 Definições do projeto	41
1.2 História da homotransfobia no Brasil	10	5.2.1 Necessidades do usuário	41
2. Cultura como forma de empoderamento e resistência	11	5.2.2 Objetivo do produto	41
2.1 Cultura LGBT no Brasil	11	5.2.3 Escopo	42
2.2 Ney Matogrosso, Pabllo Vittar e a conquista de espaços	17	5.3 - Marca	45
3. O Designer como solucionador de problemas	21	5.3.1 Naming	45
3.1 Design Social	21	5.3.2 Referências visuais	45
3.2 Design de experiência do usuário	22	5.3.3 Paleta de cor	47
4. Metodologia	24	5.3.4 Tipografias utilizadas	49
5. Desenvolvimento	29	5.3.5 Identidade visual	49
5.1 Fundamentação	29	5.3.6 Ícone do aplicativo	50
5.1.1 Pesquisa exploratória	29	5.3.7 Ilustrações	51
5.1.2 Definição de público alvo	33	5.3.8 Aplicação das ilustrações	53
5.1.3 Análise de similares	33	5.3.9 Família iconográfica	53
		5.3.10 Tom de voz	53
		5.4 Desenvolvimento do Aplicativo	55
		5.4.1 Fluxograma	55
		5.4.2 Wireframes	56
		6. Resultado	61
		Considerações Finais	78
		Referências Bibliográficas	79

Introdução

Quando os cartunistas norte-americanos William Hanna e Joseph Barbera vislumbravam sobre o terceiro milênio, na série animada Os Jetsons, tudo parecia ideal. A série criou no imaginário das pessoas o que seria o futuro da humanidade. Carros aéreos, robôs inteligentes, cidades flutuantes. O século XXI chegou e foi marcado por uma revolução tecnológica. Em poucas décadas, os celulares deixaram de ser apenas um telefone móvel e se transformaram em computadores, câmeras fotográficas e televisores.

Mas no século do mobile, das energias alternativas e das inteligências artificiais, pessoas ainda são oprimidas, violentadas ou assassinadas por fugirem de padrões julgados comuns pela nossa sociedade. Gostaria que esse trabalho fosse sobre personalidade jurídica de robôs, mas como discorrer sobre essas tecnologias quando seres humanos ainda matam diariamente pessoas como eu?

A forma de violência discutida neste trabalho é a homotransfobia, termo utilizado para designar um preconceito e intolerância decorrente da orientação sexual (dirigida a homossexuais) e da discriminação por identidade de gênero (quando o indivíduo não se identifica com o sexo designado no nascimento, como no caso de transsexuais e travestis). Diante disso, o objetivo deste projeto é discorrer sobre violências homotransfóbicas e seu impacto na vivência de LGBTQs no Brasil, expondo relatórios e propondo soluções que minimizem o tormento sofrido por essas pessoas. É levantada também a questão da valorização da cultura homossexual e transsexual como forma de unir e empoderar uma parcela marginali-

zada e estigmatizada socialmente e dar visibilidade a histórias de luta e de construções de identidade.

Por meio de diálogos, vivências pessoais e uma pesquisa quantitativa com 1.058 LGBTQs do país inteiro, pude comprovar que essas pessoas sofrem represálias em estabelecimentos e espaços públicos ou privados. São constantes os relatos de expulsão, agressões físicas e verbais, hostilidade de funcionários e olhares desconfortantes. Assim, proponho a criação de uma plataforma digital de indicação e centralização de locais voltados para o público LGBTQ, nos quais essas pessoas se sintam confortáveis, respeitadas e seguras.

Para desenvolvimento do projeto, foi aplicada a metodologia projetual de James Garrett (2003), em que são organizadas, no formato de um diagrama, etapas de construção de um produto digital. Diante disso, o projeto é composto pelo processo de pesquisa e conceituação, criação de nome, Identidade visual, ilustrações, arquitetura de Informação, design de interação, design de interface de aplicativo mobile e protótipos de alta fidelidade.

Atualmente, o termo mais utilizado para categorizar pessoas de orientações sexuais e identidades de gênero diferentes do padrão estabelecido socialmente é o LGBTQIA (Lésbicas, Gays, Bissexuais, Travestis, Transsexuais, Queer, Interssexuais e Agêneros). Porém, a maioria dos estudos e relatórios citados não o utilizam, assim, não entrarei em questões de discussão sobre nomenclaturas, utilizando neste projeto os termos “LGBT” e “homotransfobia”.

1 - Homotransfobia e seus diversos tipos de violência.

1.1 - O país que mais mata pessoas LGBTs

¹Assassinatos no Brasil. Disponível em: <https://homofobiama-ta.wordpress.com/quem-somos-3/146-2/>. Acessado em: 20 de fev. 2018).

De acordo com o antropólogo e professor emérito da Universidade Federal da Bahia, Luiz Mott: “Nunca se matou tanto homossexual no Brasil quanto agora”¹. Ele participa do levantamento desses crimes desde 1960 e é um dos fundadores do Grupo *Gay* da Bahia, a mais antiga organização não governamental de defesa dos direitos LGBTs ainda em atividade no Brasil.

Segundo Mott (2017, p.01), também responsável pelo site Quem a homofobia matou hoje:

Tais números alarmantes são apenas a ponta de um *iceberg* de violência e sangue, pois não havendo estatísticas governamentais sobre crimes de ódio, tais números são sempre subnotificados, já que nosso banco de dados se baseia em notícias publicadas na mídia, internet e informações pessoais.

Em 2016, entre os 343 casos de homicídios homotransfóbicos, alguns tiveram grande repercussão pelos requintes de crueldade. O vendedor ambulante Luiz Carlos Ruas foi espancado até à morte por dois lutadores marciais, quando tentava defender um gay e uma travesti perseguidos por eles no metrô de São Paulo. Já o adolescente Itaberly Lozano, 17 anos, foi espancado, esfaqueado e car-

bonizado por ordem da própria mãe. O professor universitário Elessandro Milan, 34 anos, de Porto Velho, foi degolado e esquartejado; Wagner Pereira, comerciante de Belém, foi morto com 80 facadas; em Santa Luz, Bahia, dois professores foram encontrados carbonizados dentro do porta malas de um carro; a travesti Brenda foi espancada e jogada de cima de uma alta passarela em Castanhal, Pará; um homem-transexual de 17 anos foi executado com 17 tiros e teve o corpo arrastado por um carro em Porto Alegre. (Grupo Gay da Bahia, 2016)

Mesmo com esses dados, ainda há quem duvide da real motivação desses assassinatos. Estes comentários normalmente têm origem de pessoas com o perfil dos agressores, em grande parte homens cis² heterossexuais. Eles argumentam que esses casos ocorrem independente da orientação sexual ou identidade de gênero da vítima, e que isso faz parte de uma atitude vitimista, já que “pessoas como eles também são assassinados todo dia”. Mas de acordo com o antropólogo Luiz Mott:

99% destes homicídios contra LGBTs têm como motivo, seja a LGBTfobia individual (quando o assassino tem mal resolvida sua própria sexualidade), seja a homotransfobia cultural (que expulsa as travestis para as margens da sociedade onde a violência é endêmica), seja a homofobia institucional (quando os governantes não garantem a segurança nos espaços frequentados pela população LGBT nem aprovam leis que criminalizem a LGBTfobia). Mesmo quando uma trans está envolvida com ilícitos – drogas, furtos – sua condição de “viado” aumenta o ódio e a violência na execução do crime. De Norte a Sul do Brasil se ouve dizer: “viado tem mais é que morrer!” e pais e mães, repetem como o Deputado Jair Bolsonaro, “prefiro um filho morto do que homossexual!” (2017, p.04)

²Cisgênero (cis) é o termo utilizado para se referir a indivíduos que se identificam, em todos os aspectos, com o gênero designado na nascença. O termo é oposição ao transgênero.

O historiador e presidente do Grupo Gay da Bahia, Marcelo Cerqueira, acrescenta:

Quando o Movimento Negro ou as feministas divulgam suas estatísticas, não se questiona se o motivo das mortes foi racismo ou machismo, porque então exigir só do movimento LGBT atestado de ódio ideológico nestes crimes hediondos? Ser travesti, lésbica ou gay já é um agravante de periculosidade dentro da intolerância machista dominante em nosso país!. (2017, p.05)

Já para o coordenador do banco de dados desta pesquisa, Eduardo Michels:

[...] A realidade deve certamente ultrapassar em muito tais estimativas, sobretudo nos últimos anos, quando os familiares das vítimas, policiais e delegados cada vez mais, sem provas e nem base teórica, descartam preconceituosamente a presença de homofobia em muitos desses homicídios. (2017, p.05).

O relatório também aponta números alarmantes, mas que não representam uma novidade, já que são referentes a uma parcela invisibilizada da sociedade brasileira. Das 343 vítimas em 2016, 144 eram trans (travestis, transexuais ou transgêneros). Essas pessoas muitas vezes vivem em uma situação crítica e precisam resistir a uma rotina de violência e exclusão vivida nos ambientes escolares, familiares, de trabalho e sociais.

Segundo a pesquisa “Monitoramento de Assassinatos de Trans”, publicada no site da ONG alemã Transgender Europe (TGEU, 2016), o Brasil, entre 65 países monitorados, é o que mais mata trans, com um número 350% maior que o segundo colocado, o México. Nosso país é responsável por 40%

da violência letal transfóbica no mundo. Esses dados possuem total influência sobre a expectativa de vida dessas pessoas. Segundo dados da Associação Nacional de Transexuais e Travestis do Brasil (Antra, 2013), essa expectativa é de 35 anos, enquanto a média nacional estimada pelo IBGE para pessoas cisgêneros é de 74,9 anos (IBGE, 2013).

Paralelamente a isso, segundo um relatório publicado pelo Pornhub (Pornhub Insights, 2016), site de pornografia internacional, o Brasil é o país que mais busca por pornografia transexual. “Shemale”, termo geralmente usado nesses sites para a busca de vídeos com pessoas trans, é o quarto tópico mais buscado pelos brasileiros, enquanto esse termo ocupa o nono lugar no resto do mundo. Nessa comparação, o Brasil possui um número 89% maior desse tipo de busca. Entre os termos mais buscados, ainda encontramos “travesti” e “brazilian shemale” que não estão incluídos nos números citados anteriormente.

Além do risco de homicídio que assola diariamente a comunidade LGBT, são os outros tipos de violência que afetam essas pessoas. Segundo o Portal Brasil³ em balanço da Ouvidoria Nacional de Direitos Humanos, houve um aumento de 94% em 2015 sobre o número de denúncias de violação de direitos humanos contra essa população. O número de denúncias em 2015 foi de 137.516 queixas, um total de 2.617 a mais do que em 2014. Esse departamento reúne os canais Disque 100 e Humaniza Redes, que registram violações de direitos humanos ocorridas dentro e fora da internet. Segundo eles, cerca de 26% dos casos acontecem nas ruas

³Portal Brasil, 2016. Disponível em: <http://www.brasil.gov.br/cidadania-e-justica/2016/04/denuncias-de-violacao-de-direitos-lgbt-teve-aumento-de-94-em-2015>. Acessado em 15 fev. 2018

das grandes cidades e 76% dos casos são de homossexuais que sofrem preconceito no trabalho, assédio moral e perseguição.

⁴Secretaria Especial de Direitos Humanos do Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos. Relatório de Violência Homofóbica no Brasil: ano 2013. Disponível em: <http://www.sdh.gov.br/assuntos/lgbt/dados-estatisticos/Relatorio2013.pdf>. Acessado em 17 fev. 2018

Outro relatório de violência homofóbica, publicado em 2016 pelo Ministério das Mulheres⁴, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos, destaca: ao menos cinco casos de violência homofóbica são registrados todos os dias no Brasil. Esse estudo se refere a dados de 2013, o que mostra a dificuldade e demora da apuração dessas denúncias por órgãos públicos. Ele também toma como base o conceito de homofobia para tratar de preconceito, discriminação ou demais violências contra pessoas em função de sua orientação sexual e/ou identidade de gênero.

O relatório aponta 1.695 denúncias, envolvendo 1.906 vítimas e 2.461 suspeitos. Segundo ele,

As violências ocorridas cotidianamente contra os LGBT são infelizmente muito mais numerosas do que aquelas que chegam ao conhecimento do poder público. Salienta-se que a falta de um marco legal que regulamente a punição de atos discriminatórios contra a população LGBT aprofunda a dificuldade de realização de diagnósticos estatísticos desta natureza. (2003 pg.13)

No relatório podemos verificar que violências psicológicas foram as mais reportadas, com 40,1% do total, seguidas de discriminação, com 36,4%; e violências físicas, com 14,4%. Dentre as psicológicas, encontram-se as humilhações (36,4%), as hostilizações (32,3%) e as ameaças (16,2%). Sobre as violências físicas, as lesões corporais são as mais reportadas, com 52,5% do total, seguidas por maus tratos, com 36,6%.

1.2 - História da homotransfobia no Brasil.

A discriminação contra LGBTs sempre esteve presente em diversas esferas da cultura do nosso país. Porém, em 1964, com a instauração da Ditadura Militar, um regime autoritário e nacionalista que durou até 1985, não foi possível a construção de movimentos sociais de aceitação das diferenças no campo de sexualidade e gênero. Nessa época, a ditadura reforçou a censura sobre diversos âmbitos culturais, a repressão da polícia, incluindo uma forte permissividade para a prática de violações de direitos humanos contra pessoas LGBTs.

Por causa da repressão generalizada do regime pós-1964, que dificultava qualquer possibilidade de organização de gays, lésbicas e travestis nos anos 1960 e no começo dos anos 1970, não surgiu uma rede bem estruturada de ativistas para monitorar a situação, documentar as violações de direitos humanos quando elas ocorreram e mesmo fazer as denúncias públicas, afinal, a censura não permitia esse nível de liberdade de expressão e de ação política. Este processo de acompanhamento das agressões homofóbicas somente aconteceu a partir dos anos 1980, quando coletivos como Grupo Gay da Bahia (GGB) começaram a coletar e divulgar, sistematicamente, dados sobre as mortes violentas de gays, lésbicas e travestis. Essa falta de informações e registros de uma ditadura que buscou apagar seus rastros, sobretudo sob o recorte específico LGBT nesse período, torna ainda mais difícil dimensionar o alcance e o sentido das violências praticadas. Somente agora é que historiadores e outros pesquisadores estão recuperando este passado a partir dessa lente peculiar da sexualidade.”

(COMISSÃO DA VERDADE. Ditadura e homossexualidades: iniciativas da Comissão da Verdade do Estado de São Paulo Rubens Paiva. 2014, p.07)

Nessa época, não houve uma política formalizada no sentido de exterminar os homossexuais, mas criou-se uma visão de Estado em que essas pessoas passaram a ser vistas como nocivas, perigosas e contra a família, a moral e os “bons costumes”. Essa visão legitimou a violência contra LGBTs, violando o direito ao trabalho, ao modo de viver e de socializar, tratando-se assim de uma política de eliminação das diferenças e da diversidade. Outras formas de opressão foram vivenciadas, como a perseguição a travestis, que nos pontos de prostituição eram enquadradas por crimes de vadiagem (já que não tinham um emprego com registro) ou de perturbação da ordem pública; censura à imprensa, teatro, artes e outras mídias; homotransfobia institucionalizadas, como a repressão contra oficiais das forças armadas, expurgos de cargos públicos (como o caso de 13 diplomatas, 8 oficiais de chancelaria e 23 servidores administrativos expurgados do Itamaraty em 1969, em que uma das justificativas era a “prática de homossexualismo”⁵). Segundo o pesquisador Pádua Fernandes, em um inquérito feito em Brasília, a “pederastia” foi enquadrada como forma de violação da segurança nacional⁶.

⁵Itamaraty usou AI-5 para investigar vida privada e expulsar diplomatas. Disponível em: <https://extra.globo.com/noticias/brasil/itamaraty-usou-ai-5-para-investigar-vida-privada-expulsar-diplomatas-307322.html>. Acessado em 01 maio 2018.

⁶COMISSÃO DA VERDADE. Ditadura e homossexualidades: iniciativas da Comissão da Verdade do Estado de São Paulo Rubens Paiva. 2014. Disponível em: http://comissao-daverdade.al.sp.gov.br/relatorio/tomo-i/downloads/I_Tomo_Parte_2_Ditadura-e-Homossexualidades-Iniciativas-da-Comissao-da-Verdade-do-Estado-de-Sao-Paulo-Rubens-Paiva.pdf. Acesso em: 19 fev. 2018.

2 - Cultura como forma de empoderamento e resistência

2.1 - Cultura LGBT no Brasil

Durante a Ditadura Militar, foi instaurado o Ato Institucional Número Cinco (AI-5), o mais severo dos 17 decretos, que tinham como função ser a nova legislação. Nesse período, foi derrubada a Constituição da Nação, foi fechado o Congresso Nacional e as Assembleias Legislativas. Esse ato também ficou conhecido por ser responsável por toda a censura instituída no Brasil. Segundo o jornalista e escritor Zuenir Ventura, durante os dez anos de sua vigência, o AI-5 vetou 500 letras de música, 500 filmes, 450 peças e 200 livros. Os critérios eram vagos, o que dava respaldo para que se pudesse censurar muitas coisas sem um motivo aparente. Eram proibidas cenas de sexo, palavrões ou qualquer aspecto que fosse “conteúdo subversivo” ou um “atentado à moral e aos bons costumes”. Assim, qualquer obra que fosse diferente do julgado comum por eles era negada pela Divisão de Censura de Diversões Públicas, que durou até o ano de 1988.

Mesmo com a institucionalização do terror e toda a proibição desse período, foi causado um resultado contrário ao esperado. A opressão criava a vontade e necessidade das pessoas de se rebelarem e resistirem contra essa ditadura. Parte da população brasileira, ao invés de se entregar aos bons costumes, paradoxalmente, se revoltou e produziu cultura como forma de dar voz às suas opiniões. Quanto mais obras eram censuradas, mais eram criadas.

No final dos anos 60, um teatro no Rio de Janeiro chamado Rival começa a enfrentar problemas referentes a censura. Desde sua criação, em 1934, ele era uma referência da vanguarda artística e era um dos principais palcos do Teatro de Revista. Esse gênero teatral era composto de números musicais, falados e coreográficos e sua principal característica era a crítica humorada sobre aspectos do cotidiano do país. Porém, com a instauração da ditadura, não se podia mais fazer piadas com governantes e sobre política. A concorrência com o cinema e o crescimento da televisão também foram aspectos que fizeram com que esse tipo de arte fosse extinta. Com isso, o teatro abriu as portas para shows de travestis na tentativa de sobreviver a crise que estava passando.

Não só o Teatro Rival, mas muitas outras casas de espetáculo só se mantiveram abertas devido às travestis, que foram as herdeiras das vedetes⁷. Nessa época, existia muito público para esse tipo de espetáculo e eles não enfrentariam tantos problemas, já que não fariam críticas políticas declaradas. Para o Estado, era positivo que estivesse sendo criado um gueto⁸, já que essas pessoas ficariam reclusas, excluídas da sociedade heterossexual. Porém, mesmo fazendo muito sucesso, quando elas estavam na rua, fora dos palcos, viviam uma realidade muito diferente, sendo alvo de muita violência e repressão policial. No filme *Divinas Divas*, documentário que conta a história de oito artistas que faziam shows no teatro, as travestis relatam que eram espancadas e presas, pois vestir-se com roupas do sexo oposto era classificado como crime. No filme, *Divina Valéria* conta que sabia da proibição, mas que não poderia viver diferente dessa for-

⁷Vedete é o nome como eram chamadas as atrizes principais do teatro de revista

⁸Gueto é um bairro, região de uma cidade ou local que reúne membros de um grupo minoritário, frequentemente devido a pressões ou circunstâncias econômicas ou sociais.

ma, já que se considerava uma mulher. Segundo ela, foi presa várias vezes e precisava ficar horas respondendo perguntas sobre detalhes da sua vida íntima, sexo biológico e sexualidade. Em outra passagem, a travesti Marquesa conta que foi internada por sua mãe em um manicômio, pois na época, ainda existiam terapias de reversão e era comum que essas pessoas fossem consideradas loucas e doentes.



Divinas Divas. Disponível em: <http://www.ccine10.com.br/divinas-divas-critica-mostras-sp/>. Acesso em 08 abril. 2018.

Os shows no Teatro Rival foram muito importantes para a consolidação de uma cultura homo e transsexual. De um lado, nos palcos, as travestis podiam fazer o que gostavam, cantando, dançando e performando as divas que tinham dentro de si. Do outro lado, pessoas na plateia que tinham um espaço para serem livres e podiam experimentar sua sexualidade, matar suas vontades, conhecer pessoas com a mesma vivência e se orgulhar do que eram. Desse grupo, a atriz, cantora, maquiadora e transformista, Rogéria, teve grande destaque na cultura popular. Segundo ela, foi a “travesti da família brasileira”. Ela ganhou muita notoriedade nacional e internacional e conquistou muitos espaços, contracenando em novelas, filmes, peças e ganhando prêmios como reconhecimento de seu trabalho. Em 2017 ela faleceu, porém, foi importantíssima na causa LGBT, sendo porta voz da comunidade, levantando a bandeira até o seu fim.

Outro acontecimento importante para a construção dessa cultura teve início dos anos 70, no Rio de Janeiro, com o nascimento do grupo de teatro Dzi Croquettes, composto por 13 homens masculinos, peludos e seminus que usavam figurinos glamourosos como saltos altos, saias, maquiagens exageradas e muita purpurina. Eles criaram uma revolução de comportamento e de valores morais referentes à masculinidade e feminilidade, em uma época em que a nudez era castigada. Disfarçado pelo escracho, ironia e duplo sentido, eles criticavam o tradicionalismo, a realidade político-social do país, negavam estereótipos sexuais e apoiavam a liberdade de expressão.

Devido a sua forma de humor, a divisão de censura não conseguia captar onde estava a ameaça, já que eles não entendiam sobre o que se tratava o espetáculo. Nas apresentações, muito era dito, mas nada verbalmente. Eles não poderiam ser vetados por nudez, já que todos utilizavam, mesmo que minúsculas, sungas. Também não faziam apologia à drogas, ao comunismo, nem tinham um discurso político contrário ao permitido. Em 1973 eles foram censurados, mas depois de 30 dias foram liberados por falta de argumentos consistentes.



Dzi Croquettes. Disponível em: <http://blogueirasfeministas.com/2013/10/dzi-croquettes/>. Acesso em 11 abril. 2018.

Após inúmeros shows pelo país, a ditadura não parecia ter fim e a censura estava ficando cada vez mais acentuada. Assim, decidiram ir para o exterior para tentar consagração internacional. Após shows em Portugal e Londres, tentam firmar suas apresentações em Paris, quando a atriz Lisa Minelli conhece o trabalho do grupo e os ajuda a alcançar sucesso e reconhecimento. Nos anos 80, porém, o grupo foi desfeito devido ao surgimento da AIDS, que levou a óbito 4 integrantes e outros 3 foram assassinados.

Dzi Croquettes se transformou em um movimento de liberdade que mudou a cultura de um país. Foram assistidos por aproximadamente 1 milhão de pessoas e empoderaram uma geração que tinha sentimentos de culpa ou medo pela sua sexualidade e criaram um espaço seguro em meio a toda a opressão praticada nessa época.

Outro movimento de extrema importância para a cultura homo e transexual foi o jornal *Lampião da Esquina*, que circulou entre os anos 1978 e 1981. Antes dele, não se acreditava que era possível fazer um jornal de circulação nacional para esse público. A única publicação que havia sido veiculada anteriormente foi uma pequena coluna no *Jornal Última Hora* de São Paulo. Ela era provocadora e voltada para o público homossexual, escrita pelo jornalista Celso Curi. Três dias depois da primeira publicação, ele recebeu uma carta de ameaça de morte escrita com sangue. Poucos dias depois, foi chamado pela censura para explicar o porque estava escrevendo aquilo. Foi considerado um atentado à moral ele usar o termo “cidade ma-ra-vi-lhoosoooo-sa”, simbolizando a forma como alguns

gays falam de forma exagerada. Ele foi condenado pelo artigo 17 da lei de imprensa por ferir a moral e os bons costumes e foi processado e condenado a 1 ano de prisão.

Os jornais na época eram extremamente machistas e homofóbicos. O Pasquim, um dos maiores da época, fez uma fotonovela satirizando a morte do cineasta Pier Pasolini, assassinado em 1975. Ao final da história, intitulada “Noites de Sodoma”, declaravam que junto de sua morte, morria a pedofilia.

Na década de 70, o advogado e jornalista João Antônio Mascarenhas, pioneiro do ativismo homossexual no Brasil, teve a ideia de criar um jornal para esse público. Ele reúne apenas jornalistas homossexuais assumidos na casa do pintor Darcy Penteado. Participam da reunião o próprio Darcy e Adão Costa, Aguinaldo Silva, Antonio Chrysóstomo, Clóvis Marques, Francisco Bittencourt, Gasparino Damata, Jean-Claude Bernardet, João Antônio Mascarenhas, João Silvério Trevisan e Peter Fry, que posteriormente constituíram o Conselho Editorial do jornal. Entre eles, haviam professores, jornalistas, escritores, artistas plásticos, e pessoas de outras áreas diversas.

Segundo João Silvério Trevisan:

Foi nesse contexto de ebulição que, no fim de 1977, alguns intelectuais, jornalistas e artistas de São Paulo e Rio de Janeiro reuniram-se no apartamento do pintor Darcy Penteado, a propósito de uma antologia de literatura guei latino-americana, organizada por Winston Leyland, fundador da Gay Sunshine Press, de São Francisco (Califórnia) [...] Nesse encontro surgiu a ideia de se formar um Coletivo para a criação de um jornal feito por e com

o ponto de vista de homossexuais, que discutisse os mais diversos temas e fosse vendido mensalmente nas bancas de todo país [...] Lampião vinha, bem ou mal, significar uma ruptura: onze homens maduros, alguns muito conhecidos e respeitados intelectualmente, metiam-se num projeto em que os temas tratados eram aqueles considerados “secundários” – tais como sexualidade, discriminação racial, artes, ecologia, machismo – e a linguagem empregada era comumente a mesma linguagem desmunhecada e desabusada do gueto homossexual (COELHO, 2014, p.04 apud TREVISAN, 2011, p. 338/339).

A proposta do jornal era confrontar um sistema que tornava essas pessoas invisíveis, mostrar que homo e transsexuais existiam e resistiam e, sobretudo, sair da marginalidade. Ele buscava oficializar aspectos que eram vividos, mas que ninguém falava sobre e resistir aos padrões heteronormativos que controlavam os comportamentos sociais. No editorial da edição zero do Jornal, com o título “Saindo do gueto”, começam com a pergunta “Mas um jornal homossexual, para quê?” e respondiam:

[...] é preciso dizer não ao gueto e, em consequência, sair dele. O que nos interessa é destruir a imagem padrão que se faz do homossexual, segundo a qual ele é um ser que vive nas sombras, que prefere a noite, que encara sua preferência sexual como uma espécie de maldição, que é dado aos ademanos e que sempre esbarra, em qualquer tentativa de se realizar mais amplamente enquanto ser humano, neste fator capital: seu sexo não é aquele que ele desejaria ter [...] uma minoria, é elementar nos dias de hoje, de voz [...] o LAMPIÃO reivindica em nome dessa minoria não é apenas se assumir e ser aceito – o que nós queremos é resgatar essa condição que todas as sociedades construídas em bases machistas lhes negou: o fato de que pessoas homossexuais são seres humanos e que, portanto, têm todo direito de lutar por sua plena realiza-

ção [...] nós nos empenharemos em desmoralizar este conceito que alguns nos querem impor _ que a nossa preferência sexual possa interferir negativamente em nossa atuação dentro do mundo em que vivemos. (COELHO, 2014, p.04 apud Lampião, número zero, p.2).

A primeira edição foi lançada em abril de 1978 em uma banca na Cinelândia. Os jornaleiros não queriam vender aquela publicação e foi preciso muita luta para que eles ficassem expostos e que fosse provado que era um jornal de verdade. Segundo o editor e hoje dramaturgo de novelas, Aguinaldo Silva, "O Lampião é um jornal, não é uma brincadeira de bichinhas". A partir do número 4, ele fez um sucesso estrondoso e todas as bancas do Brasil queriam vendê-lo.

Ao todo, foram 38 edições, cada uma com quase 20 mil exemplares em seu auge. Sua existência foi imprescindível para a construção de uma identidade homo e transexual e um importante instrumento de luta de um segmento historicamente oprimido. Lésbicas, gays, bissexuais, travestis e transexuais encontraram um espaço em que podiam expor seus anseios, suas histórias, vivências e mostrar para um universo normativo, suas diferenças e resistências a um sistema de opressão institucionalizada. Também deu voz para outras minorias, como mulheres e negros, já que acreditava que se unidos, teriam mais forças para lutar e mudar suas realidades. Com o passar do tempo, a imprensa começou a se abrir a esses temas, tendo colunas feministas, sobre racismo e homotransfobia.

Em meados da década de 1990, o movimento homossexual ganha força devido a mudanças nas dinâmicas internas do movimento e ao contexto que se vivia na época, já que a ditadura e a censura tinham ficado no passado. Inspirados nas Pride Parades, nascidas nos Estados Unidos na década de 1970, nascem eventos de celebração ao orgulho LGBT. Alguns acontecimentos precedem seu início no nosso país. Em 1995, ocorreu no Rio de Janeiro a 17ª conferência do ILGA (Associação Internacional de Lésbicas, Gays, Bissexuais, Trans e Intersex). Após o evento, aconteceu uma pequena marcha em Copacabana com os participantes. No ano seguinte, cerca de 500 pessoas se reuniam na Praça Roosevelt, em São Paulo, para reivindicar direitos básicos que eram negados a essa população. Em 1997 realizou-se o Encontro Nacional de Gays, Lésbicas e Travestis, chamado EBGLT, que terminou em uma passeata com 200 pessoas no Largo do Arouche até o Teatro Municipal, em São Paulo.



Jornal Lampião da Esquina. Disponível em: https://pt.wikipedia.org/wiki/O_Lampi%C3%A3o_da_Esquina. Acesso em 11 abril. 2018.



17ª conferência do ILGA. Foto: Arquivo grupo dignidade. Disponível em: <https://revistataladoa.com.br/2013/09/curitiba/parada-curitiba-2013/>. Acesso em 15 abril. 2018.

A partir do ato, diversos grupos começaram a se reunir para organizar algo maior. No mesmo ano, acontecia a primeira Parada LGBT, que contava com cerca de 2 mil pessoas reunidas na Avenida Paulista. Seu intuito era provar para a sociedade que eles tinham orgulho de quem eram, de suas sexualidades ou identidades de gênero. Eles procuravam provar para pessoas semelhantes que não era preciso se esconder, ter vergonha ou medo. Unidos, eles teriam força para mudar uma sociedade homotransfóbica. Por ser um evento extremamente politizado, mostravam para o mundo que existia um movimento forte de resistência, com pautas e objetivos claros. (FRANÇA, 2006) Segundo Dimitri Sales, presidente do Instituto Latino Americano de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos:

A primeira grande conquista das Paradas do Orgulho LGBT foi tornar visível uma população que constitui sua identidade a partir das diferenças sexuais e de gênero. Ainda hoje, por força de estigmas e preconceitos, é necessário nos apresentar como sujeitos de direitos que, de forma autônoma (como a qualquer outra pessoa é assegurada), constroem suas vidas, elaboram seus desejos, lutam pela diátria sobrevivência, padecem de sofrimentos, alimentam-se de esperanças e, especialmente, amam de diferentes formas ou arquitetam diferentes corpos. A população LGBT desafia as regras morais, religiosas e jurídicas ao vivenciarem distintas orientações sexuais e múltiplas identidades de gênero, subvertendo legitimamente padrões de comportamento e normas de ordenação da sociedade. Por esta razão, são, ainda, vítimas das mais diferentes formas de violência. (SALES, Dimitri. 2018)

Devido à visibilidade inesperada que esse evento teve, as paradas foram se expandindo para grandes cidade, chegando ao interior do país. Hoje em dia, a que acontece anualmente em São Paulo é considerada a maior do mundo, com um público estimado em 3 milhões de pessoas. Em 2017, a 22ª parada no Rio de Janeiro quase não aconteceu. Sem o apoio da prefeitura, que a patrocinava anteriormente, foi necessário fazer um financiamento coletivo. O Grupo Arco-Íris, organizador do evento, conseguiu arrecadar apenas 8% da meta de R\$ 150mil que eram necessários para que ele fosse viabilizado. Devido ao apoio da população, de artistas que abriram mão de seus cachês e de duas marcas que aceitaram patrocinar, o evento foi realizado, mas agora apelidada de “A parada da resistência”.

2.2 - Ney Matogrosso, Pablio Vlttar e a conquista de espaços

O teatro foi muito importante para o nascimento de uma cultura homo e transexual, mas a música, feita por cantores e cantoras LGBTs assumidos, conseguia atingir a massa e dar muita repercussão ao tema. Essas pessoas ficavam famosas pelo seu trabalho, mas utilizavam sua voz para militar pela causa ou sua própria existência já era uma forma de resistência.

Na década de 70, o cantor Ney Matogrosso ficou famoso por usar uma maquiagem cênica e um vestuário exótico, mudando conceitos sobre o comporta-

tamento masculino apropriado no Brasil. Ney conta no documentário *Lampião da Esquina* que como forma de sabotagem, seu nome ficou 2 anos sem ser publicado no *Jornal do Brasil*, com o pretexto de que não disseminavam nome de travesti em suas páginas. Até hoje, com 40 anos de carreira e 38 discos gravados, é reconhecido o seu papel como figura transgressora do nosso país. Na mesma época, a cantora Angela Ro Ro assumia publicamente sua homossexualidade. Em entrevista, ela revelou que foi espancada mais de 5 vezes pela polícia carioca.

Nos anos 80, os cantores Cazuza e Renato Russo foram uns dos

mais importantes cantores e compositores do rock nacional nessa década. Um bissexual e o outro homossexual, retratavam esse tema em muitas músicas, por meio de metáforas, entrelinhas e algumas vezes de forma clara.



Renato Russo (à direita) e **Cazuza** (à esquerda). Disponível em: <http://www.renatorusso.com.br/galeria-renato-amigos/>. Acesso em 20 abril. 2018.

Na década de 90, o sucesso da vez se chamava Cássia Eller. Rebelde e ousada, criou um legado imensurável e influencia a música popular até hoje com seus 17 álbuns. Lésbica assumida, nunca escondeu que era casada com uma mulher, com a qual teve um filho. Sua morte foi uma grande perda para a sociedade e dividiu opiniões, quando seu pai entrou com o pedido da guarda de seu neto, já que ela era a mãe biológica da criança. Em uma decisão inédita, a Justiça brasileira, pela primeira, vez concedeu a uma mulher a guarda do filho de sua companheira, em 2002, quando a união homoafetiva ainda não era reconhecida.



Ney Matogrosso. Foto de Joel Maia, 1970.



Cássia Eller com Maria Eugênia e o filho ainda bebê Disponível em: <https://goo.gl/9a392A>. Acesso em 25 abril. 2018.

Hoje em dia, temos uma nova geração de cantores LGBTs que também estão ocupando muitos espaços e tem grande visibilidade devido a internet e as redes sociais. Porém, discursos conservadores e saudosos utilizam da qualidade musical dos artistas de décadas anteriores para desmerecer o trabalho dessas pessoas, julgando-as como incompetentes, que criam músicas inadequadas. Porém, fica claro que essas pessoas se sentem intimidadas com o poder que essas vozes tem. Atualmente, temos cantores e cantoras de diferentes gêneros, cores e classes sociais apoiando a diversidade e representando grupos vistos como minoritários.

Com 10 anos de carreira, Jhonny Hooker é um cantor e ator assumidamente gay, com um visual performático inspirado em Ney Matogrosso. Ele já recebeu muitos prêmios por seus trabalhos e suas canções já foram trilhas sonoras de muitas novelas e filmes. O cantor gay, negro e periférico, Rico Dalasam, é um rapper que rompe todos os estereótipos desse gênero musical. Com uma voz forte e roupas que nos fazem repensar questões de gênero, ele une a militância negra com a LGBT.



Jhonny Hooker. Disponível em: <http://blogs.ne10.uol.com.br/social1/2016/12/11/os-planos-de-jhonny-hooker-para-2017/>. Acesso em 25 abril. 2018.

Um movimento que tem ganho muita visibilidade é o de cantoras travestis e transexuais, que não só produzem música mas também suscitam debates sobre suas identidades de gênero e como a sociedade lida com elas. A cantora Mulher Pepita é uma das primeiras funkeiras trans do Brasil. Em um discurso no “Women’s Music Event Awards”, evento que premia mulheres que se destacaram na indústria fonográfica durante o ano, ela disse:

Eu sempre vou brigar por essa bandeira e discutir por ela. Porque levantar a bandeira é muito fácil, eu vivo debaixo dela. Então eu passo preconceito em vários lugares. Na rua, no aeroporto, no shopping, no hospital, mas mesmo assim eu tô com minha cabeça erguida[...] Eu sempre vou bater na tecla que eu sou travesti, vou morrer travesti e nasci uma travesti. E nunca vou ter vergonha disso, porque eu sou feliz assim (2017)



Lia Clark (à direita) e **Mulher Pepita** (à esquerda). Captura de tela do clipe “Chifrudo”, protagonizado pelas duas artistas.

Outras cantoras trans como Candy Mel e Liniker fazem muito sucesso e tem papel fundamental na militância trans. A cantora Linn da Quebrada, uma travesti de 25 anos, canta sobre o direito de ser diferente, ser afeminada e amar o seu corpo. Segundo ela:

Passei uma vida inteira ouvindo que ‘ser viado não é uma coisa legal’, que ser travesti é perigoso e vai trazer problemas. E eu não estou dizendo que é fácil, mas que é possível e lindo ser transviada - é uma possibilidade feliz[...] Eu vivi na periferia com minha mãe, e lá a música comunica- música como o funk, o samba, de preto e preta, de linguagem direta, que movimentam o corpo. Também ali tive contato com as músicas LGBT, músicas de bicha, que estão nas baladas. E percebi que esse tipo de música me movimentava mas estava somente relacionada ao universo machista. E por acreditar que a música também é um espaço a ser ocupado e contaminado, por que não eu fazer algo que eu quisesse ouvir? Foi aí que eu decidi começar meu trabalho com as minhas histórias. (2016)



Linn da Quebrada (à direita) e **Liniker** (à esquerda). Foto de Ricardo Schmidt para a Revista Híbrida

⁹Termo associado a periferias urbanas.

A cantora, que se autodenomina como “terrorista de gênero”, é moradora da periferia de São Paulo, como indica seu nome artístico, Quebrada⁹, e foi convidada para fazer uma turnê pela Europa, onde seu documentário chamado “Bixa travesty” recebeu o prêmio Teddy no Festival de Berlim.

A ascensão de drag queens na música brasileira também tem sido de extrema relevância para o fortalecimento de uma das mais importantes culturas do meio LGBT. A drag rapper Gloria Groove é uma das pioneiras, com uma voz potente, personalidade marcante e muita expressão corporal. Entre muitos sucessos, a música Império conta com quase 7 milhões de visualizações. Outros nomes como Aretuza Lovi e Lia Clark cantam e compõem pop e funk.



Gloria Groove (à direita) e **Aretuza Lovi** (à esquerda). Captura de tela do clipe “Catuaba”, protagonizado pelas duas artistas.

Um movimento que era visto como subversivo e perigoso agora adentrava a casa das famílias conservadoras de muitas formas. Uma das drags que mais tem mérito disso é o artista Pabllo Vittar, nascido no Maranhão. Em apenas dois anos, o cantor ostenta números e títulos que impressionam. Já é conhecido internacionalmente e se tornou a drag mais influente do mundo nas redes sociais. Ele também já esteve nos maiores programas da televisão brasileira e deu muitos discursos emocionantes sobre ser gay em uma sociedade tão opressora. No Caldeirão do Huck, um programa de TV da Rede Globo conhecido por ser típico da família tradicional brasileira, ele diz: “Quando cheguei na escola, entendi que ser gay me faria ser mais forte, porque teria que dar o máximo de mim todos os dias, para não deixar ninguém pisar em mim”. Já no “Encontro”, programa matinal com a maior audiência da TV brasileira nesse horário, apresentado pela jornalista Fátima Bernardes, ele disse: “Gosto de ser afeminada, de ser isso aqui, de sair na rua às vezes de boné. Eu gosto de ser o que eu quiser ser”. Essa declaração foi usada para afirmar seu discurso no programa sobre preconceito e estigmas enfrentados por gays afeminados e drag queens em todo o Brasil.



Pabllo Vittar. Foto para a loja CeA.

¹⁰Google inventa colher para ajudar pessoas com Parkinson. 2014. Disponível em: <https://exame.abril.com.br/tecnologia/google-inventa-colher-para-ajudar-pessoas-com-parkinson/>. Acessado em 31 maio. 2018.

¹¹Tradução livre de trecho do artigo "The Dematerialization of design". FRASCARA, Jorge. 2006. Disponível em: <http://www.ico-d.org/connect/features/post/76.php>. Acessado em 31 maio. 2018.

3 - Designer como solucionador de problemas

Acredito que o papel fundamental de um designer é melhorar a qualidade de vida das pessoas e que ele tem pleno poder para isso. Essa melhora pode ser feita de diversas formas, em diferentes níveis. Um Designer de editorial pode motivar, com um projeto gráfico, a leitura das pessoas, ampliando seus conhecimentos. Já na área de produtos, por exemplo, ele pode criar uma colher para ajudar usuários com tremores causados pela doença de Parkinson a se alimentarem sozinhos¹⁰.

Segundo Jorge Frascara (2006),

O design não está preocupado com objetos, mas com o impacto que esses objetos têm sobre as pessoas. Temos que parar de pensar em design como a construção de gráficos, produtos, serviços, sistemas e ambientes, e pensar neles como meios para as pessoas agirem, realizarem seus desejos e satisfazerem suas necessidades. São as necessidades e os desejos das pessoas que temos de servir: os objetos do design devem ser vistos apenas como meios. Isso requer um melhor entendimento das pessoas, da sociedade e do ecossistema. Esta necessidade de ampliar a área de competência do designer, desde o conhecimento da forma, técnica e processos de fabricação, até a compreensão dos fatores sociais, psicológicos, culturais, econômicos e ecológicos que afetam a vida em sociedade, mostra a necessidade de implementar abordagem interdisciplinar à educação, pesquisa e prática em design de comunicação visual. (FRASCARA, 2006)¹¹

A profissão de designer possui algumas vertentes como o design thinking, design de serviço, design social, design de experiência do usuário, entre outras. A divisão dessas áreas não impede que um designer atue apenas em uma específica, mas geralmente elas utilizam metodologias diferentes, necessitam de conhecimentos específicos.

3.1 - Design Social

O design social consiste no desenvolvimento de produtos que atendam carências reais e específicas de cidadãos que são menos favorecidos econômica, social ou culturalmente. Por exemplo, populações de baixa-renda ou com necessidades especiais devido à saúde, idade ou inaptidões. O designer propõe soluções que possam resultar na inclusão social, renda e/ou na melhoria da qualidade de vida. (PAZMINO, 2017, p.3)

Essa vertente propõe um design benéfico e economicamente viável, em que são priorizados recursos sociais e o processo de desenvolvimento e produção, visando criar produtos que melhorem a qualidade de vida de pessoas excluídas. Para isso, é necessário uma ação interdisciplinar do designer, já que além de aplicar metodologias, ferramentas e técnicas adequadas, ele precisará ter conhecimentos de psicologia, sociologia, políticas públicas, etc. Eles também devem respeitar características de comunidades, populações marginalizadas e pessoas com culturas diferentes para desenvolver produtos que as representem, que sejam adequados a sua realidade e que satisfaçam as suas necessidades.

O autor e designer Jorge Frascara em seu livro “Design Gráfico para la Gente” analisa a maneira como o design pode ter um impacto positivo na sociedade. Segundo ele:

“O papel da comunicação visual não termina na sua produção e distribuição, mas em seu efeito sobre as pessoas. As motivações para a sua criação e seu propósito devem estar centradas na intenção de transformar uma realidade existente em uma realidade desejada. Esta realidade não é constituída por formas gráficas, e sim por pessoas”. (Frascara, 2000, p.19).

No Brasil, devido ao grande problema social que é a violência homotransfóbica, algumas plataformas digitais foram criadas para melhorar a qualidade de vida dessas pessoas. O aplicativo Mona Migs une pessoas LGBTQs que foram expulsas de casa por sua família, em atos homotransfóbicos, com pessoas que desejam e têm disponibilidade de abrigá-las. Em uma pesquisa feita durante seu desenvolvimento, foi descoberto que 60% das pessoas entrevistadas conheciam algum LGBTQ que já foi expulso de casa. Na mesma pesquisa, foi revelado que 55% das pessoas as abrigariam em uma situação como essa.

O aplicativo Todxs, também brasileiro, compila informações sobre leis de proteção a LGBTQs, organizações representativas e permite que usuários denunciem casos de homotransfobia. Ele reúne 820 leis e normas que protegem essas pessoas e por meio das denúncias feitas no app, os dados são utilizados para aperfeiçoar políticas e serviços públicos.

Já o site TransEmpregos facilita a colocação de pessoas trans no mercado de trabalho, possibilitando que recrutadores e empresários encontrem essas pessoas e as contratem. Geralmente esse público não possui oportunidades de demonstrar seus talentos já que são discriminadas por possuírem uma condição diferentes da maioria. Assim, empresas que procuram ser incluídas, encontram pessoas que precisam de ajuda para serem inseridas no mercado de trabalho.

3.2 - Design de experiência do usuário

Com o avanço da nossa sociedade e da tecnológica, cada vez mais nos preocupamos com o usuário final. As tecnologias se desenvolvem o tempo inteiro, mas as pessoas também. Quando o usuário está no centro do processo de desenvolvimento de algo, o designer consegue chegar ao ponto central das necessidades. Assim, ele consegue tomar decisões eficazes e que funcionam contra pressupostos subjetivos acerca do comportamento do usuário. Qualquer decisão de design não será baseada em caprichos ou preferências pessoais e sim em dados para fundamentar decisões. Se um designer cria um aplicativo com bulas de remédios para ser utilizado por idosos, mas a maioria do seu público

alvo não tem acesso a smartphones, isso significa que seu entregável foi um produto final que cumpre as necessidades, mas que destoa da realidade das pessoas que o usarão.

Um projeto de design que é centrado no usuário utiliza inúmeros métodos para criar algo que seja compatível com a expectativa dessas pessoas. Pesquisas exploratórias, estudos etnográficos, testes de usabilidade, análise de dados, entre outras metodologias em que o objetivo é examinar necessidades, desejos e comportamentos das pessoas que serão o usuário final do que o designer está criando. Uma característica indispensável para o designer de experiência do usuário é a empatia. Ela é importante durante a aplicação das metodologias necessárias para o desenvolvimento de um produto centrado no usuário, pois o designer precisa entender o ponto de vista dos outros indivíduos, sem julgar sua capacidade de fazer uma ação.

4 - Metodologia

Para a construção de um produto digital, é imprescindível o uso de metodologias que conduzam seu desenvolvimento. Em 2013, Jesse James Garrett publica seu livro Elementos da Experiência do Usuário, em que apresenta uma metodologia criada por ele, em que são expostas etapas utilizadas na realização de um projeto centrado no usuário. Para sistematizar seus métodos, Garrett criou um diagrama que divide esse processo de construção em 5 etapas: Plano de Estratégia, Plano de Escopo, Plano de Estrutura, Plano de Esqueleto e Plano de Superfície.

O diagrama de Garrett deve ser seguido de baixo para cima, indo do plano abstrato ao mais concreto. Para avançar para a próxima etapa, é preciso que esta seja concluída, porém, é possível revisitar planos anteriores caso necessário.

Esse diagrama é desdobrado em um mais completo, em que se detalha as especificações de cada plano. Ele é dividido entre web como veículo de funcionalidade (lado direito) e como meio de informação (lado esquerdo). Sobre funcionalidade, estamos preocupados com o que será considerado o conjunto de recursos do produto. De informação, estamos lidando com o conteúdo que será exibido.

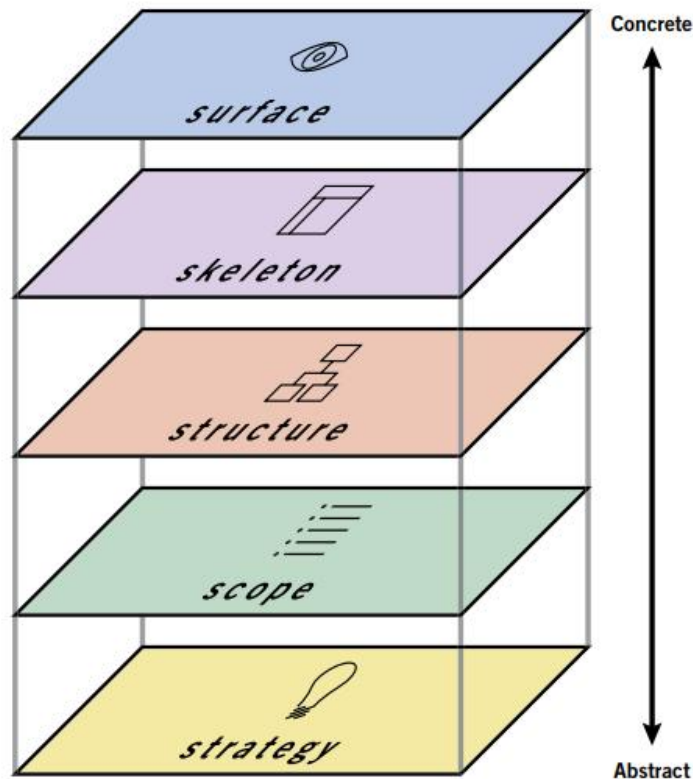
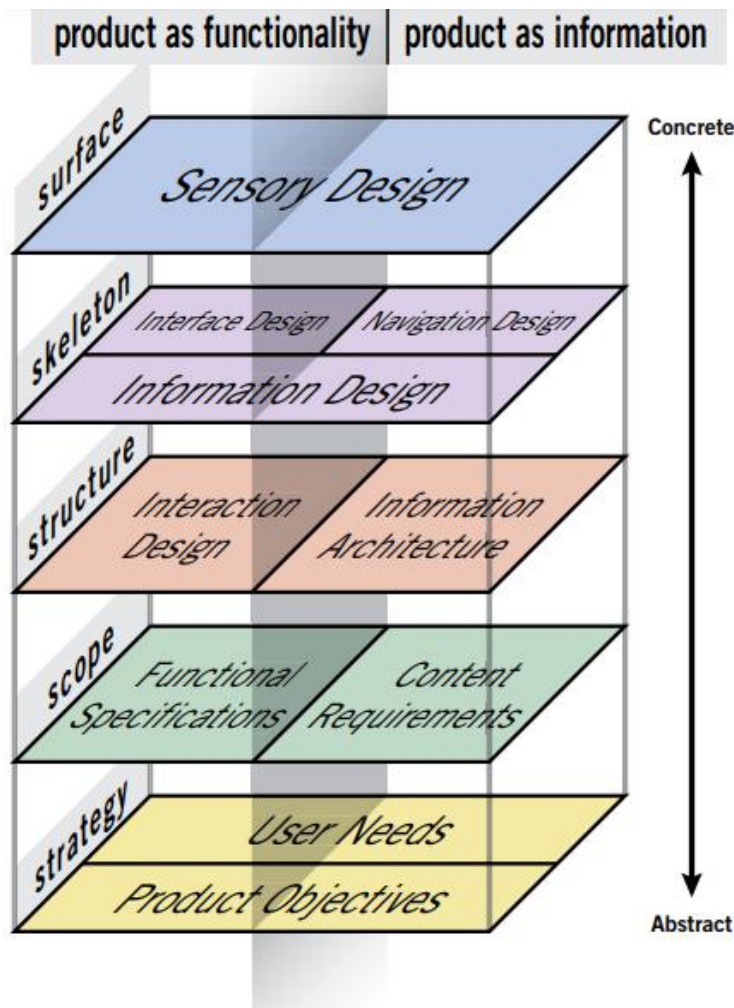


Imagem retirada
do livro GARRETT,
Jesse James.
The elements of
user experience
- Second edition.
2013, pg.22.

Imagem retirada
do livro GARETT,
Jesse James.
The elements of
user experience
- Second edition.
2013, pg.29.



Plano de Estratégia: A base de uma experiência de usuário bem sucedida é uma estratégia claramente articulada. Saber o que queremos que o produto atinja e o que queremos que ele realize para os nossos usuários informa as decisões que temos de tomar sobre todos os aspectos desta experiência.

De acordo com Garret, a maioria dos produtos que falham não são por problema de tecnologia ou usabilidade, mas sim a falta de perguntas como: O que queremos com nosso produto? O que nossos usuários querem do nosso produto?

As respostas a essas perguntas revelam os objetivos do produto e as necessidades do usuário e norteiam cada decisão futura. Quanto mais claras elas forem, menor as chances de se desenvolver algo que destoa do que se é esperado.

Para conhecer essas necessidades, é importante criar personas, segmentar o público alvo, fazer pesquisas exploratórias, entender a cultura que o produto está inserido, entre outras formas de se interpretar de forma clara a demanda. O entregável deste plano pode ser um documento que compila todas as respostas e que deve ser revisitado em toda decisão tomada, já que estas devem estar alinhadas com os objetivos e necessidades.

Plano de Escopo: A estratégia torna-se escopo quando transformamos necessidades em funcionalidades. Assim, o “por que estamos fazendo esse produto” se torna “O que vamos fazer?”. Os objetivos vão se tornando palpáveis e combinados com as necessidades identificadas, são transformados em requisitos. Estes são importantes pois sabemos de forma clara o que estamos construindo e o que não estamos.

Quando você sabe o que você está construindo, os objetivos são claros e você sabe quando eles serão alcançados. O produto deixa de ser um conceito abstrato e se torna algo concreto, que qualquer pessoa possa entender.

E quando você sabe o que não está construindo, o desenvolvimento também fica mais claro. Muitas features podem parecer uma boa ideia, mas não estão alinhadas com os objetivos do produto. Segundo Garrett, “Tudo sobre a experiência do usuário precisa resultar de uma decisão consciente” (GARRETT, 2003, p. 19). Tendo os requisitos base identificados, você fornece estrutura para avaliar as ideias, entendendo como se enquadram no que está construído. Às vezes uma feature adicional pode parecer um trabalho rápido, mas combinada com outras, você tem um projeto que se perde o controle, indo contra prazos e estimativas iniciais. De acordo com Garrett (2013), nesse plano devem ser produzidas especificações funcionais, que são descrições detalhadas sobre o que o produto incluirá, e requisitos de conteúdo, que são definições de elementos de conteúdo que serão necessários para atender as necessidades dos usuários.

Plano de Estrutura: Após os requisitos serem definidos, temos uma clara ideia do que será incluído no produto. Mas eles não descrevem como as peças funcionam juntas para formar um todo coeso. É necessário esquematizar o que será incluído e de que forma será. Nesse plano, definimos uma estrutura conceitual para o produto. Ele é dividido em duas partes: o design de interação, que desenvolve fluxos para facilitar as tarefas do usuário, definindo como ele interage com as funcionalidades da interface e a arquitetura de informação, que organiza e categoriza o conteúdo de acordo com o que for mais relevante e facilitando o acesso a ele. Nessa etapa, o entregável é um fluxograma que orienta a hierarquia e a ordem do conteúdo. Garrett (2003) propõe o uso de setas para se criar a sistematização da navegação, por meio de um sitemap.

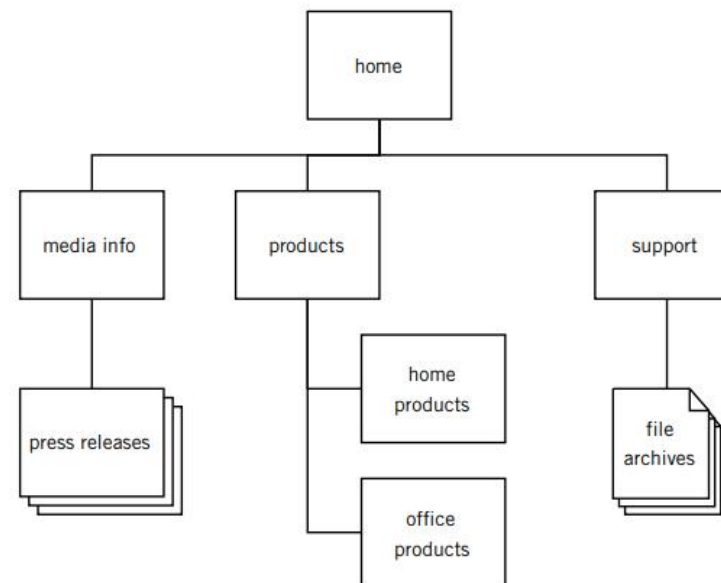


Imagem retirada do livro GARRETT, Jesse James. The elements of user experience - Second edition. 2013, pg.03.

Plano de Esqueleto: Esse plano define a forma das funcionalidades que foram definidas anteriormente. Ele é dividido em design de interface, navegação e informação. No design de interface, a preocupação é sobre como apresentar e o lugar dos elementos em uma tela, otimizando sua disposição para uma maior eficiência de uso.

Nele se dá a forma mais concreta da estrutura e se inicia o refinamento de detalhes. O que tinha sido organizado por meio de sitemaps, começa a ganhar forma e começa a ter interação com botões, textos, imagens, ícones, entre outros elementos. O design de navegação determina o conjunto desses elementos, permitindo que o usuário consiga navegar através da informação arquitetada anteriormente. Segundo Garrett (2003, pg.118) o design de navegação precisa levar em consideração simultaneamente 3 objetivos:

- Primeiro, deve-se fornecer ao usuário modos de ir de um ponto do sistema a outro por meio de uma navegação consistente, que facilite a jornada do usuário.

- A navegação precisa comunicar a relação entre os elementos, por meio de hierarquia e/ou categorizações.
- É necessário que os elementos de navegação relacionem-se com o conteúdo das páginas que o usuário estiver visitando.

Já o design de informação contempla como o conteúdo é organizado dentro de cada página, influenciando a experiência do usuário. Segundo ele, essa organização deve ser feita de acordo com o modo que o usuário está acostumado devido a experiências anteriores. Ele dá o exemplo de dados pessoais, que geralmente são organizados da seguinte forma: nome, profissão, telefone, endereço. Se o designer organizar ao contrário, como: estado, profissão, telefone, endereço, nome; o usuário terá um estranhamento e talvez nem preencha da forma correta, já que ele espera que essa informação se dê de outra forma (2003, p.124).

Um dos entregáveis desse plano são os wireframes, em que se constrói um layout visual utilizando as etapas anteriores como base de construção. Nesse momento, o designer não se deve preocupar com cores, fontes e estilos, mas pensar em massas de informação, botões, ícones de navegação, entre outros elementos fundamentais.

Plano de Superfície: Após toda a pesquisa de fundamentação do produto, a definição da estratégia, o escopo e o esqueleto, chegamos a etapa de construção do design visual. Segundo Garrett (2003, p.134) estamos lidando com um design sensorial e que essa etapa é como maquiar o esqueleto feito anteriormente.

Quando o usuário está interagindo com a interface, são recebidas informações por meio de seus sentidos, por isso o design deve ser sensorial. Dentre eles, ressaltamos o tátil, o visual e auditivo, que são os que mais se aplicam ao design digital.

Garrett (2003, p.134) define dois pontos para se desenhar um bom sistema:

- Ele deve ter um fluxo suave. Caso seja desarmônico ou confuso, os usuários ficarão perdidos em meio a uma variedade de elementos, em que todos chamam sua atenção.
- Deve oferecer aos usuários uma espécie de visita guiada às possibilidades disponíveis, sem sobrecarregá-los com muitos detalhes. Essas possibilidades devem apoiar as metas e tarefas necessárias para a interação com o produto.

No design de interfaces, Garrett (2003, p.114) resalta a importância da utilização de padrões de design. Para ele, ter sucesso nesse desenho é o usuário perceber de forma imediata o que deve ser feito e quais são os elementos necessários para suas ações. Sobre padrões, segundo ele, não significa que devem ser sempre usados, limitando a criação do designer, mas que em muitos casos eles podem ajudar a tornar ações mais clara, sem que ele precise aprender como lidar com cada sistema que se depara.

5 - Desenvolvimento

5.1- Fundamentação

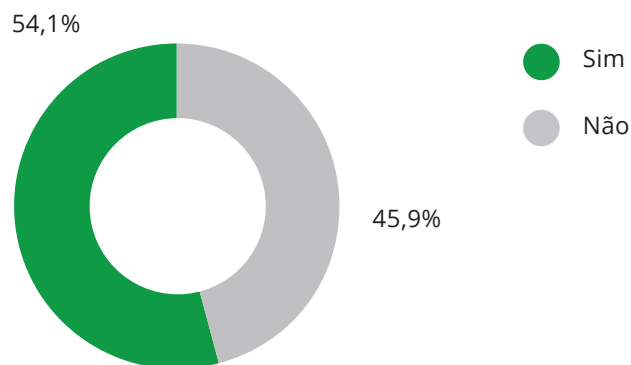
5.1.1 - Pesquisa exploratória

Durante o processo de desenvolvimento inicial do projeto, no plano de estratégia proposto por James Garrett (2003), a maioria das premissas eram apenas hipóteses criadas a partir de vivências pessoais e diálogo com pessoas do meu círculo social. Minha principal suposição era que pessoas LGBTQs sofriam muitas represálias em ambientes públicos e privados e não se sentiam seguros em suas cidades. Paralelamente a isso, eu gostaria de saber se essas pessoas utilizam aplicativos de indicação de estabelecimentos. Se elas usassem, eu teria segurança para propor esse formato, já que eu teria um público futuro. Eu também queria validar se LGBTQs achavam excludentes ambientes voltados para eles, já que essas pessoas poderiam achar que esses locais excluía heterossexuais de nosso convívio diário.

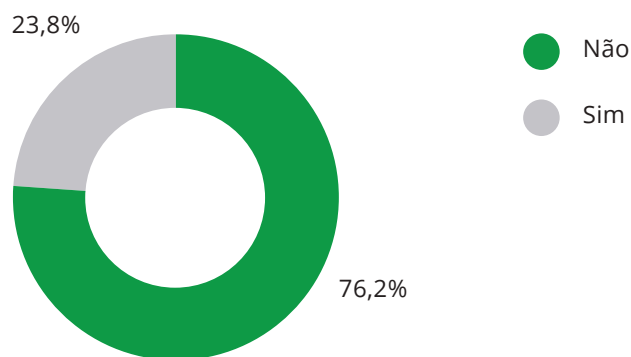
A pesquisa foi publicada com 11 perguntas, em que 10 eram múltipla escolha e uma discursiva, para colher relatos detalhados. Ela foi divulgada na rede social Facebook, em diversos grupos voltados para o público alvo do meu projeto. Em 1 semana, obtive 1.058 respostas de pessoas do Brasil inteiro, de diferentes perfis.

Resultados:

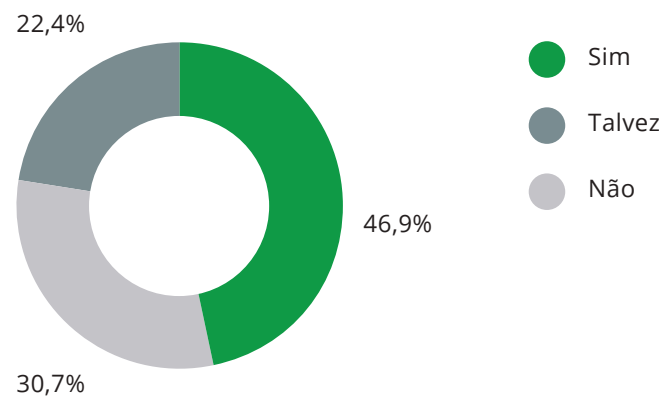
Você já utilizou apps/sites para descobrir boates, bares, restaurantes. etc?



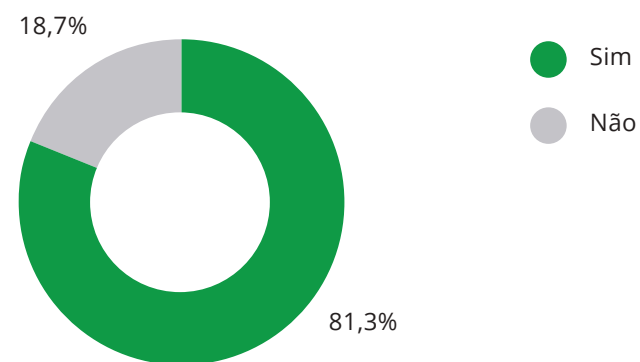
Você já sofreu opressão em algum estabelecimento?



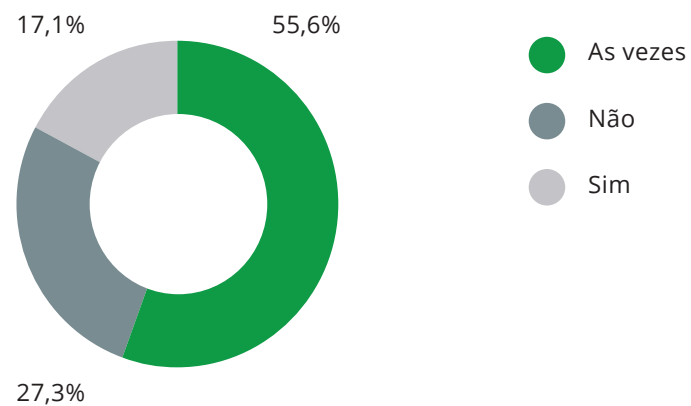
Você já deixou de ir a um estabelecimento por medo de sofrer opressão nele?



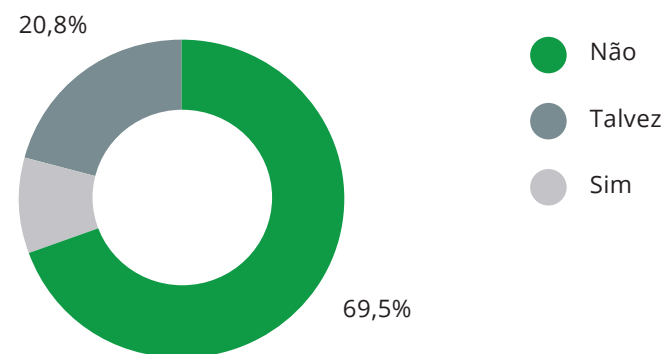
Você já buscou por lugares na sua cidade que você pode fazer um encontro sem problemas?



Você se sente seguro sendo LGBT+ na sua cidade?



Você acha excludente lugares voltados apenas para o público LGBT+?



Resumo dos dados quantitativos:

54,1% já utilizaram apps/sites de indicação de locais.

Apenas 17,1% se sentem seguros em sua cidade.

23,8% já sofreram opressão em algum local.

46,9% já deixaram de ir a algum estabelecimento por medo de sofrer opressão.

81,3% dos respondentes já buscaram por lugares seguros para encontros.

69,5% não acham locais voltados para o público LGBT excludentes.

Dados qualitativos:

A questão discursiva teve como objetivo reunir relatos sobre casos de opressão em estabelecimentos públicos e privados. Após a pergunta “Você já sofreu opressão em algum estabelecimento”, com as respostas “sim” e “não”, incluí a questão: “se sim, você pode me contar como foi”.

Obtive 174 relatos em que o denominador comum é opressão homotransfóbica, em que pessoas são agredidas, insultadas ou expulsas de espaços por estarem com parceiros do mesmo sexo, possuírem uma imagem diferente da expectativa heteronorma-

tiva ou por serem transsexuais/travestis. Entre elas:

“No McDonald’s, o garçom pediu para que eu e meu namorado não ficassemos abraçados pois estávamos incomodando outros clientes no local.”

“Estava beijando uma menina em um bar e o gerente veio perguntar se queríamos fechar a conta logo”

“Apanhei em uma boate por entrar no banheiro masculino”

“Garçom pediu que eu e a minha namorada pedíssemos a conta porque havia pessoas incomodadas.”

“Fui linchada por estar beijando uma menina no cinema.”

“Ameaçaram me dar um tiro quando eu estava com uma ex ficante minha que é trans, e já fui ameaçada e perseguida por um grupo que tinham fotos da minha casa e documentos meus, dizendo que iriam me estuprar com facas para eu aprender a gostar de homem.”

“Agressão física e moral por parte dos frequentadores e total descaso por parte dos funcionários.”

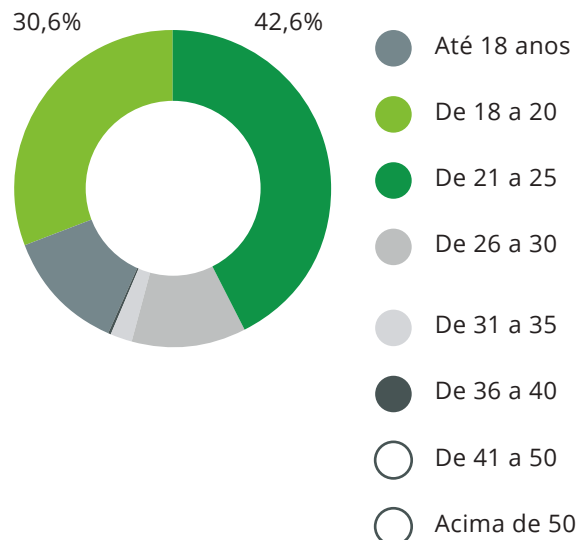
“Chefe evangélico já declarou não confiar no meu trabalho como professor por ser gay.”

Os resultados foram compatíveis com as hipóteses levantadas anteriormente e validaram a questão da insegurança de locais públicos e privados quando se é um LGBT.

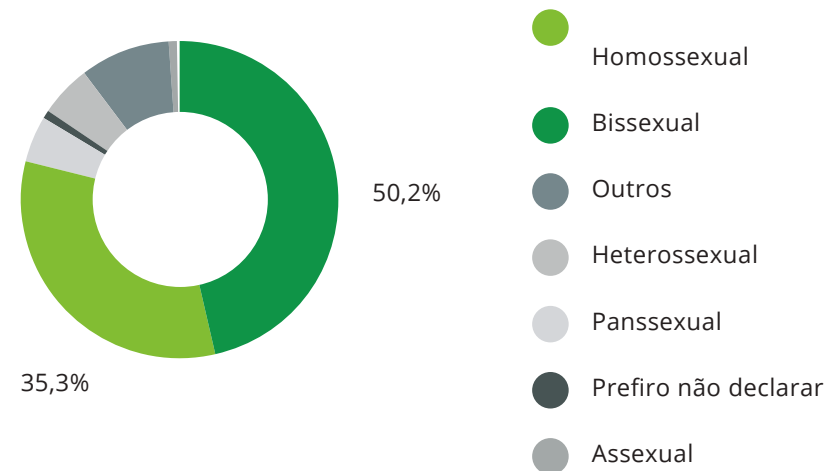
Dados demográficos da amostra

Em pesquisas como esta, é impressionante que certas informações sejam coletadas e consideradas na análise de dados. A demografia da amostra aponta que o questionário foi respondido por um público diverso, sendo assim, não tiramos conclusões que sejam enviesadas por uma parcela específica da população. Eles também podem ser utilizados para cruzamento de dados, em que conseguimos ter resultados mais detalhados, além dos gráficos apresentados. Para este projeto, não foi necessária esta investigação, mas isso não impede que estas informações sejam utilizadas posteriormente para gerar outras conclusões.

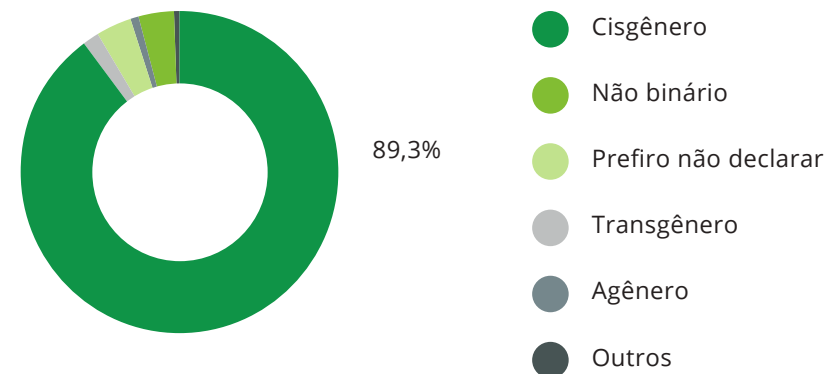
1. Qual sua idade?



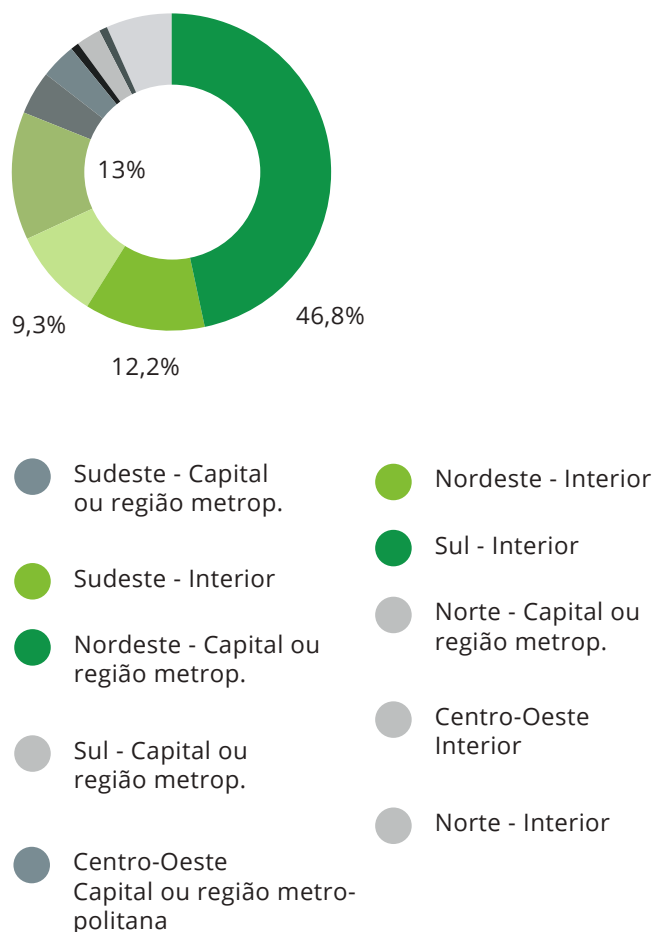
2. Qual sua orientação sexual?



3. Qual sua identidade de gênero?



4. Em qual região você mora?



5.1.2 - Definição de público alvo

Por mais que o aplicativo possa ser usado por qualquer pessoa, é importante que se conheça o público alvo principal, pois isso norteará muitas das decisões do projeto. Por exemplo, se o público alvo for de até 30 anos, o tom de voz da comunicação será voltado para essa parcela prioritária.

Como este projeto não incluiu uma pesquisa exploratória de público alvo, ele foi escolhido de acordo com percepções e conclusões próprias. A faixa etária escolhida foi de 18 a 28 anos. Ela foi criada dessa forma pois uma grande parcela dos locais que estariam presentes no aplicativo são eventos, festas e bares, lugares que costumam ser mais frequentados por pessoas dessa idade. Em termos de localização, o público seria das cidades de São Paulo e Rio de Janeiro, pois esses seriam os primeiros locais a serem mapeados. Não foi definida uma identidade de gênero ou orientação sexual para o público alvo, visto que essa seleção poderia ser excludente, o que é completamente contrário ao objetivo do projeto.

5.1.3 - Análise de similares

Analisar aplicativos com funções similares ao meu projeto é imprescindível para entender suas propostas e como elas são aplicadas. Escolhi aplicativos com funções parecidas, mas que não necessariamente seriam concorrentes diretos.

Foursquare

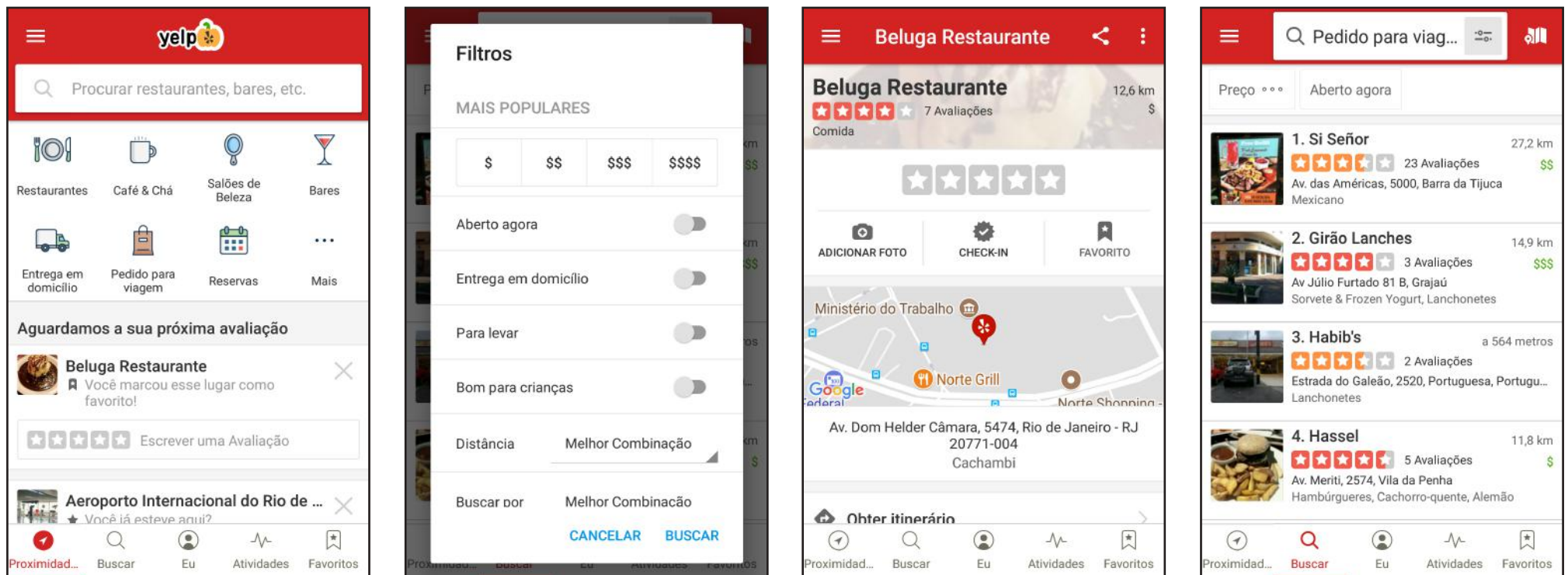
Conhecido mundialmente, esse é um dos aplicativos mais usados para indicação de estabelecimentos. É possível buscar por categorias e utilizar filtros para se especificar o desejado. O aplicativo é simples e não possui muitas opções. Ele faz o que se propõe, mas nada além disso. Tem alguns problemas de interface e arquitetura. Alguns elementos não são condizentes com o restante da interface, como escolha de cores, ícones e grafismos.



Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

Yelp

Um dos principais aplicativos dessa categoria, com mais de 10.000.000 downloads. Possui muitas features e aparentemente teve problemas na construção do escopo. O aplicativo possui várias funções diferentes, mas as principais são ofuscadas por essa grande quantidade.



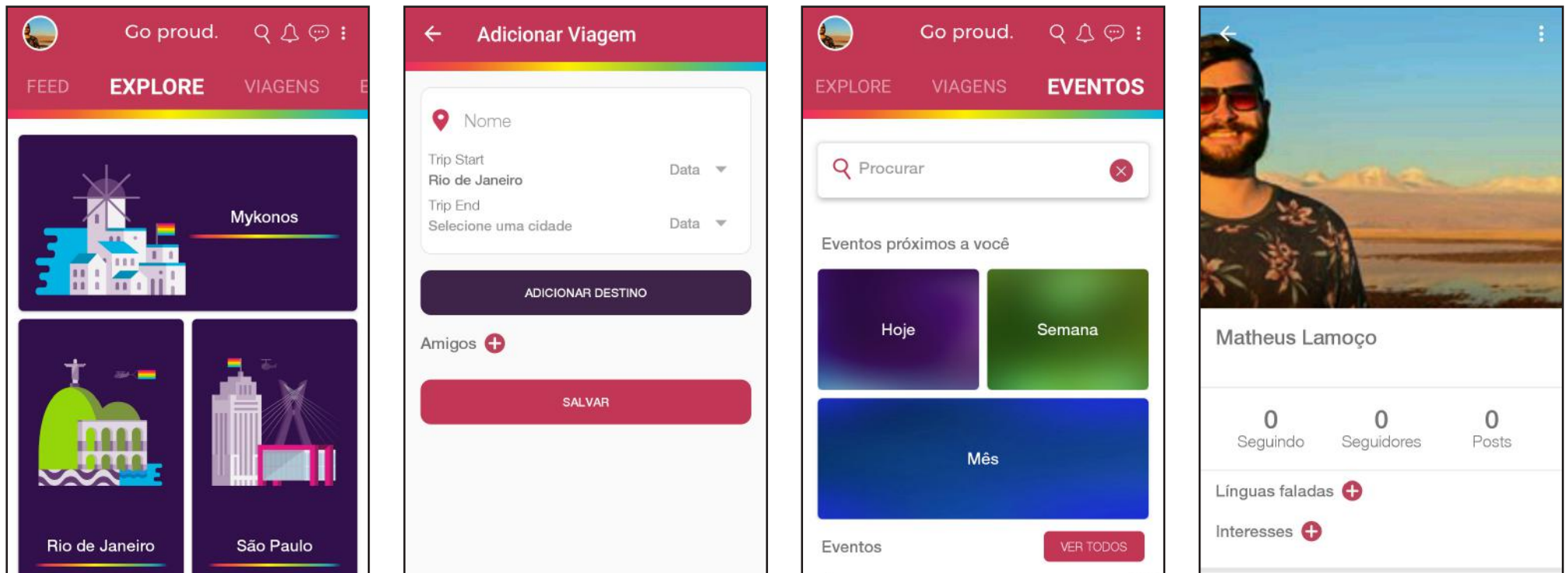
Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

5.1.4 - Análise de concorrentes

É importante conhecer os aplicativos concorrentes, já que deve existir um diferencial para que ele seja escolhido entre outros que possuem a mesma proposta. Com essa análise, busco cases de sucesso, referências de arquitetura da informação, interação e design de interface.

Sonder

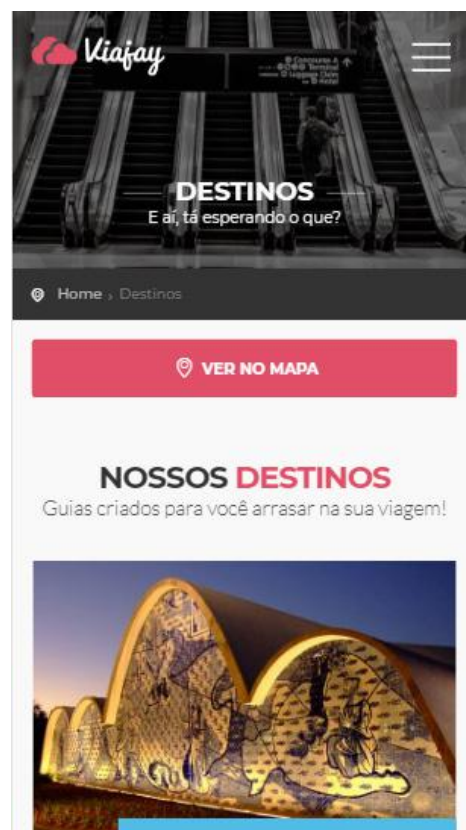
O aplicativo é voltado para o público LGBT utilizar em viagens, sendo disponibilizadas informações gerais sobre países e indicação de estadias, lojas, atividades, etc. Ele possui uma proposta um pouco diferente da minha, mas possui funções parecidas e é voltado para o mesmo público. A interface é muito densa, possui muitos elementos e a usabilidade possui uma grande curva de aprendizado. Por indicar viagens internacionais, é voltado para uma classe econômica restrita.



Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

Viajay

O site, com versão responsiva para *mobile*, é voltado para indicação de viagens para público LGBT, disponibilizando listas de informações gerais sobre cidades como uma descrição, boates, bares e cena gay. Não é possível filtrar para buscar por características específicas de estabelecimentos. O site é mais voltado para viagens nacionais e internacionais e possui uma linguagem voltada apenas para o público gay. Apesar disso, é uma das únicas plataformas de viagem no país que possui um público alvo não heterossexual. Possui uma navegação confusa e muitos problemas de desenvolvimento, o que ocasiona em erros, textos desalinhados ou em tamanhos muito pequenos e botões sem nenhuma ação.



Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

Conclusão da análise

¹²Diretrizes para construção de interfaces digitais, que oferecem a desenvolvedores e designers, por meio de documentações, uma série de recomendações. São criadas com o objetivo de melhorar a experiência do usuário através de interfaces mais intuitivas, didáticas e consistentes.

O aplicativo foursquare possui poucas informações sobre os estabelecimentos e problemas de interface, como hierarquização dos dados e despadronização de cores. Já o Yelp, possui features demais, o que deixa o aplicativo confuso, já que são muitas ações e parece ter tido um escopo incontrolado, em que muitas ideias foram priorizadas sem uma validação. O Sonder, apesar de se definir como um aplicativo para o público LGBT, tem uma comunicação toda voltada para os homens gays, excluindo assim, outros gêneros, identidades e orientações sexuais. Todos os aplicativos analisados utilizam o *guideline*¹² do Google, o *Material Design*¹³.

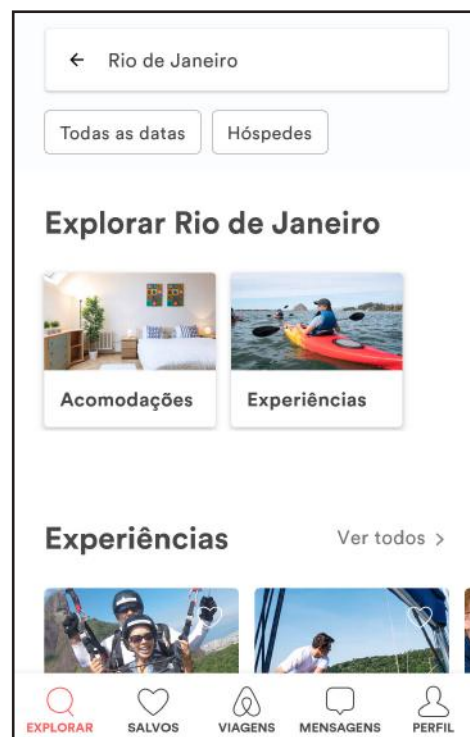
¹³O Material Design foi lançado pelo Google em 2014 e é um guia abrangente para design visual de interfaces digitais para diversas plataformas e dispositivos. Esse guia foi aplicado no sistema operacional Android e é utilizado por diversos aplicativos.

5.1.5 - Benchmark

Consiste no processo de busca das melhores práticas em produtos similares a fim de melhorar a forma como realiza a mesma ou uma função semelhante, conduzindo a um desempenho superior. Escolhi aplicativos de busca de serviço que possuem características positivas tanto de arquitetura de informação e interface como de comunicação.

Airbnb

Sua proposta é fomentar a economia colaborativa, conectando pessoas que desejam ganhar dinheiro alugando suas acomodações para pessoas que desejam se hospedar em qualquer lugar do mundo. Por possuir um público muito plural, de diversas idades, culturas e diferentes graus de afinidade com tecnologia, utiliza uma linguagem simples, uma interface com poucas cores, ícones minimalistas e muito espaço para separar informações sem a necessidade de grafismos. Na interface, também utilizam diferentes corpos de fonte para hierarquizar as informações e uma família iconográfica diversa para compor com textos e dados.



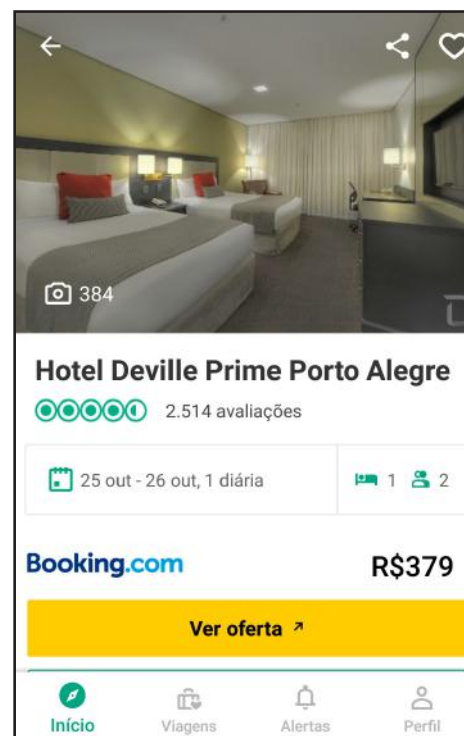
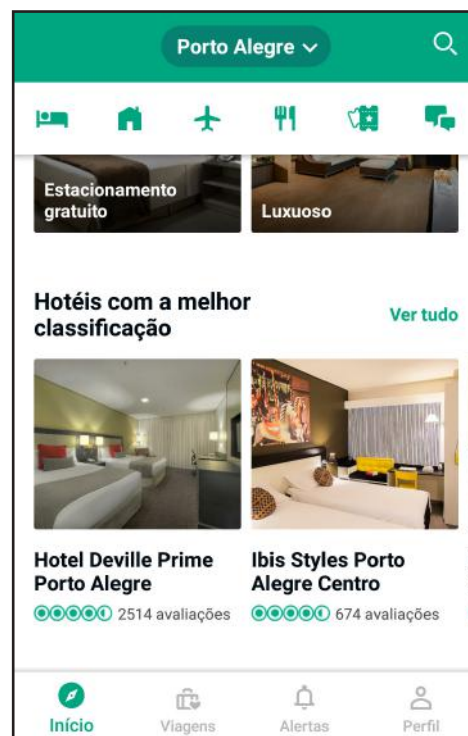
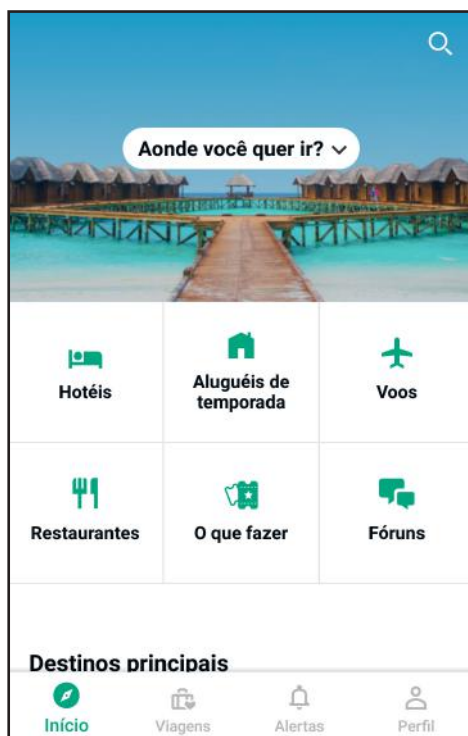
Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

TripAdvisor

É um site/aplicativo de viagens que fornece informações e opiniões de conteúdos relacionados ao turismo. Sua principal função é encontrar hotéis, voos e restaurantes, mas também é possível encontrar museus, lugares históricos, parques, etc. Toda a interface também foi desenvolvida utilizando o *Google Material*, porém, o que me chamou atenção foram as microinterações e transições entre páginas presentes.

Conclusão da análise

Os aplicativos escolhidos possuem boas avaliações e comentários positivos, o que demonstra que seus usuários estão satisfeitos. Eles provaram como o uso de interfaces limpas, sem muitos grafismos que podem ser considerados ruídos na jornada do usuário, combinados com microinterações utilizadas para melhor aproveitamento do espaço da tela, são características importantes para o desenvolvimento de um bom aplicativo.



Imagens retiradas do aplicativo por meio de capturas de tela em Outubro de 2017.

5.2 - Definições do projeto

¹⁴Estudo da IDC Brasil aponta vendas de 10.3 milhões de celulares no primeiro trimestre. Disponível em: <http://br.idclatin.com/releases/news.aspx?id=2044>. Acesso em: 04 Abril 2018.

Foi definido que o aplicativo deste projeto será desenvolvido para a plataforma Android, visto que esse é o sistema operacional presente em 95% dos celulares no Brasil¹⁴ (IDC, 2016). Essa definição é importante pois cada sistema operacional possui guidelines próprias a serem seguidas. O IOS, sistema utilizado pela Apple em seus smartphones, possui especificidades completamente diferentes, assim, a interface tem que ser adaptada caso o aplicativo seja desenvolvido para ele.

Também foi definido que ele seria *Nativeap*, o que significa que o aplicativo seria baixado no *smartphone* pela loja do Android, a Play Store. Essa definição é necessária para utilizar funções presentes no aparelho, como o envio de notificações, a geolocalização e *upload* de imagens.

5.2.1 - Necessidades do usuário

Pode ser fácil cair na armadilha de pensar que estamos vendendo produtos ou serviços para um usuário idealizado - alguém exatamente como nós. Mas não estamos projetando para nós mesmos; nós estamos projetando para outras pessoas, e se essas outras pessoas vão gostar e usar o que criamos, precisamos entender quem são e o que precisam.”(GARRET, JESSE, 2011, p. 42)

Após as pesquisas qualitativas e quantitativas e análises de similares e concorrentes, consegui definir o que é necessário no aplicativo para suprir as necessidades do público alvo. São elas:

Busca de locais seguros - Listagem de estabelecimentos públicos e privados em que essas pessoas tenham menos chances de serem oprimidas e que possam ir sem medo de sofrerem homotransfobia.

Denúncia de estabelecimento - A opção de fazer comentários negativos expondo alguma forma de violência ou fazer uma denuncia sobre um estabelecimento específico.

Filtros de busca - Todos os aplicativos analisados possuem filtros para facilitar a busca de um estabelecimento específico, assim, foi observada a demanda dessa feature.

Centralização de eventos - De acordo com relatos, existem poucas ferramentas que informem sobre eventos e acontecimentos voltados para o público LGBT. Por falta de investimento, a divulgação acaba não atingindo todo o público alvo que gostaria de saber essas informações.

5.2.2 - Objetivo do produto

Os objetivos também são desenvolvidos com base nas pesquisas feitas em etapas anteriores. É listado aqui o que o produto pretende oferecer para os usuários.

Empoderar - Encorajar pessoas LGBTs a não viverem ocultas na nossa sociedade, tendo voz para mudar suas condições de oprimidos e serem protagonistas de um futuro de mais inclusão as diversidades. Mostrar que essas pessoas têm o poder de existir sem medo, demonstrando afeto e comemorando suas identidades.

Dar visibilidade - É importante ajudar estabelecimentos a se comunicarem com seu público, visto que muitas vezes eles não possuem verba para divulgação de outras formas. Assim, ajudamos os donos e funcionários, gerando lucro e empregos. Do outro lado, indicamos para os usuários locais em que eles se sentirão confortáveis, seguros e respeitados.

Informar - Por meio da agenda da semana, esse projeto pretende informar aos usuários sobre novidades, o que está acontecendo na sua cidade ou outro lugar desejado e apresentar acontecimentos interessantes, centralizando festas, eventos, espetáculos, entre outros.

Troca entre usuários - Estimular o compartilhamento de informações entre os usuários por meio dos comentários na página de detalhe de cada estabelecimento e a possibilidade de compartilhar nas redes sociais com outras pessoas.

5.2.3 - Escopo

Com base nas necessidades do usuário e objetivos do produto, foi criado o escopo do projeto, que contém todas as possíveis ações dentro do aplicativo. São elas:

Login/Cadastro

O aplicativo terá como tela inicial o pedido de login ou cadastro que não pode ser desconsiderado. Sua conta será criada com um e-mail e senha ou associando com seu facebook. Após o usuário estar conectado em sua conta, ele não precisará fazer login ao menos que desinstale o aplicativo ou clique em “sair”.

Onboarding

Essa etapa será iniciada com a “Política” do aplicativo, com informações sobre princípios, objetivos e os deveres do usuário. Após isso, são apresentadas telas sobre o aplicativo, com o que é possível realizar nele, informações gerais e o pedido de uso da geolocalização do aparelho.

Agenda

Uma seção informativa no formato de agenda da semana, com tudo o que irá acontecer até cada domingo. Possui uma área de artista da semana (onde serão mostradas personalidades importantes para o meio LGBT, servindo como um espaço de visibilidade). Serão apresentados eventos pontuais, como festas/eventos, shows, teatro e cinema. Possui também um campo para promoções, onde indicará estabelecimentos que estão em promoção na semana, com o máximo de um por dia. Essa feature terá como função gerar renda para o aplicativo por meio de divulgação paga.

Buscar

Listagem de estabelecimentos voltados para o público LGBT. Estes são divididos em 6 categorias, com filtros específicos. Esses são:

Restaurantes - são indicados estabelecimentos que sejam seguros, que respeitem diferenças e que saibam lidar com públicos diversos.

Ordenar por: Relevância e Distância

Filtros básicos: Por preço (com 5 níveis de valor), por horário de funcionamento (aberto agora, aberto às...), por distância, por tipo de pagamento (cartão de débito, crédito, ticket alimentação), indicado por amigos (só é disponibilizado se o usuário estiver conectado com sua conta do Facebook), acessibilidade (deficiência visual, auditiva e física) e utilização de sistema de segurança.

Filtros incluídos: Estacionamento no local, aceitação de reservas, área externa, área para crianças, área para fumantes, opções veganas, opções vegetarianas e por tipo de comida (asiática, churrascaria, hamburgueria, pizzeria, japonesa, massas).

Vida noturna - bares, boates e festas e voltados a diversão na parte da noite.

Possui o mesmo “Ordenar por” e “Filtros básicos” presente em todas as categorias.

Filtros incluídos: aceita reservas, área externa, permitido para menores de idade, área para fumantes, venda de bebidas alcoólicas, chapelaria .

Cultura - Indicação de peças de teatro, filmes e exposições, dado que hoje em dia são produzidas diversas formas de arte voltadas para esse público ou que falam sobre ele, por meio de histórias e relatos.

Filtros incluídos: permitido para menores de idade, estacionamento no local, áudio ou legenda em português e se possui alimentação.

Estética - De um lado, muitas vezes os LGBTs são reprimidos em locais de estética por pedidos diferentes do padrão heteronormativo, como tratar e pintar o cabelo, unhas ou maquiagem. Em outra perspectiva, muitos salões empregam travestis e transsexuais e são conhecidos por dar uma chance para essas pessoas que vivem a margem da sociedade. Assim, unimos pessoas que necessitam de reconhecimento do seu trabalho com outras que desejam se sentir livres e protegidas nesse momento.

Filtros incluídos: serviço de massagem, corte de cabelo, coloração, manicure, SPA, barbearia.

Hospedagem - Essa é uma grande questão para casais homossexuais, pois esses correm o risco de não serem bem recepcionados ou não aceitos no momento do *check in*.

Filtros incluídos: estacionamento no local, café da manhã, restaurante, permitido animais, piscina, internet, ar condicionado, sala de ginástica.

Mais - Nesta categoria, estariam todos os que não se enquadram em outras, como o exemplo de pacotes de viagem ou cruzeiros, cursos e manifestações.

Possui apenas o “Ordenar por” e “Filtros básicos”, mas não os “filtros incluídos”, já que seriam impossíveis de serem mapeados.

Após escolher uma categoria, caso o usuário não faça uma filtragem, os estabelecimentos que aparecerão estão em ordem de proximidade. Cada um deles possui uma imagem, nome do estabelecimento, local, quantos likes e palavras chave.

Ao clicar em um estabelecimento, abrirá uma tela de detalhes. Nela, teremos diversas informações sobre o local, fotos e comentários.

Salvos

Os estabelecimentos favoritados, ao clicar no botão salvar, estarão disponíveis nessa tela. É possível criar listas com diferentes nomes que podem ser compartilhadas. Caso seja um evento ou algo com uma data específica, aparecerá no topo da lista, mas depois da data programada, será excluído. A intenção é que as listas sejam também criadas para indicar programas na cidade, restaurantes favoritos, programas para a semana e uma lista já criada com todos os likes do usuário.

Meu perfil

Estão presentes informações sobre o usuário, configurações da conta e do aplicativo. No perfil também será possível a inclusão de novos estabelecimentos caso o usuário possua uma conta de empresa. Esse cenário não foi levado em conta nesse projeto, logo, não será detalhada a inclusão de restaurantes, festas, entre outros.

5.3 - Marca

Para a construção da marca deste projeto, foram desenvolvidos diversos entregáveis como o nome, a definição de paletas de cor e tipografia, criação de uma identidade visual, ilustrações, aplicações, família iconográfica e tom de voz para as comunicações com usuários.

5.3.1 - Naming

As características buscadas para o nome foram: ser acolhedor, inclusivo, de fácil memorização, que tenha um forte significado, com linguagem neutra de gênero e que fugisse de estereótipos. Os nomes dos aplicativos existentes voltados para esse público possuem em sua grande maioria um foco em usuários homossexuais, como por exemplo, o Guiagay, Viajay, Guiag, Gpsgay. Esses nomes excluem as outras pessoas, como os bissexuais e transsexuais. Outros aplicativos voltados para esse público são o todxs, tem local, mona migs, sonder e freeda. Baseado nisso, fiz um brainstorming que gerou os nomes DiverCidade e Vale+.

O nome DiverCidade seria uma combinação da palavra diversidade e o fato de estarmos falando de busca de estabelecimentos em uma cidade. Ao pesquisar sobre outros nomes que fizeram essas modificações de escrita, percebi que geralmente eles não são bem vindos pelo público e há muitas reclamações sobre o ensino errado de palavras.

Já o nome Vale+ foi originado do termo comumente utilizado de forma cômica, “vale dos homossexuais”. Já o “+” vem do termo LGBTQ+, que é um termo utili-

zado para agrupar todos os gêneros e orientações sexuais que não se enquadram nas 4 letras. Porém, ao me aprofundar nesse nome, encontrei alguns problemas. Primeiramente, algumas pessoas levantaram um ponto sobre o uso da palavra vale utilizado para representar cartões como vale de alimentação, refeição, de passagem, etc. Outro ponto que poderia deturpar a interpretação do nome foi o uso do “+” que teria uma associação com o HIV+, que significa que uma pessoa foi diagnosticada com o vírus da imunodeficiência humana (HIV).

Como os nomes gerados por meio de brainstorming ainda não eram a melhor alternativa, continuei a pesquisar sobre cultura LGBTQ+. Com isso, conheci o nome Marsha P. Johnson, uma das primeiras ativistas trans que lutou pelos direitos da comunidade LGBTQ americana. Ela foi uma das líderes da histórica revolta de Stonewall¹⁵ e em 1970, ao lado de Sylvia Rivera, fundou a S.T.A.R Hous¹⁶, para ajudar jovens trans em situação de rua. Marsha era uma mulher trans negra e descrita como amável, forte e levava alegria para as pessoas. Infelizmente, seu ativismo foi interrompido e seu corpo foi encontrado em um rio de Nova Iorque em 1992, poucos dias depois da Parada de Orgulho Gay. Assim, escolhi Marsha para nomear meu projeto e fazer uma homenagem a toda a sua dedicação aos direitos dos LGBTQs.

O nome, além de ser compatível com as características definidas anteriormente, também tem um trocadilho com a palavra Marcha, usada para nomear o ato de andar em bando por um ideal em comum. Por exemplo, temos a Marcha do Orgulho LGBTQ, onde pessoas se reúnem para reivindicar seus direitos e celebrar sua existência.

¹⁵Episódio considerado o pontapé inicial do movimento LGBTQ contemporâneo. Esse é o nome de um bar em Greenwich Village, Nova York, em que eram comuns batidas policiais no ano de 1969. Estas eram comuns em bares gays, devido a homotransfobia institucionalizada na polícia de NY nessa época. Porém, um dia a polícia perdeu o controle devido a resistência das pessoas que estavam no bar e foram iniciados confrontos violentos que duraram 6 dias. O episódio teve grande repercussão e foi importante para a construção de um movimento de resistência a violência contra LGBTQs. (DUBERMAN, 2013)

¹⁶Street Transvestite Action Revolutionaries - que em livre tradução significa Brigada Revolucionária das Travestis de Rua

5.3.2 - Referências visuais

Durante pesquisas sobre cultura LGBT, me deparei com o trabalho de Keith Haring, um artista assumidamente homossexual muito importante para a cena artística dos anos 80. Ele era um artista multidisciplinar e trabalhou com ilustração, animação, cenários de teatros e clubes, design de produtos, campanhas publicitárias, etc. Seu trabalho foi apresentado em mais de 100 exposições, como as internacionalmente renomadas: Bienal de São Paulo, a Bienal de Whitney e a Documenta 7. Em 1 ano, foi tema de 40 artigos de jornais/revistas e trabalhou com artistas como Madonna, Grace Jones, Yoko Ono e Andy Warhol.

Durante sua carreira, Haring dedicou grande parte de seu tempo a obras públicas com mensagens sociais. Ele produziu mais de 50 obras de artes públicas pelo mundo, muitas das quais foram criadas para instituições de caridade, como orfanatos, hospitais e creches.

Em 1988 ele foi diagnosticado com AIDS e em 1989 fundou a Fundação Keith Haring, que fornecia financiamento e imagens para organizações de AIDS e programas infantis. Ele utilizou seu trabalho para falar sobre sua doença e gerar ativismo e conscientização sobre ela, por meio de personagens homoeróticos e obras com linguagens explícitas em torno do sexo. Seu trabalho foi muito importante para outros artistas representarem suas sexualidades através da arte e inspirou muitas pessoas durante sua vida. Em 1990 morreu por complicações relacionadas à doença.

Seu trabalho foi uma grande referência para meu projeto devido ao uso de cores vivas e linhas com movimentos rítmicos e rápidos. Seus desenhos com traços de grande espessura e terminações arredondadas conseguem de forma simples comunicar muitas mensagens e significados



Pop Shop 1, 1987



Sem título, 1985



Sem título, 1987



Pop Shop II, 1988

5.3.3 -Paleta de cor

¹⁷O trecho é uma tradução livre para "The rainbow is so perfect because it really fits our diversity in terms of race, gender, ages, all of those things. Plus, it's a natural flag—it's from the sky!". MoMA Acquires the Rainbow Flag, 2015. Disponível em: https://www.moma.org/explore/inside_out/2015/06/17/moma-acquires-the-rainbow-flag/. Acessado em 01 de Maio 2018

Para a criação da paleta cromática do projeto, optei por utilizar as cores da bandeira LGBT. Ela foi criada em 1978 por Gilbert Baker para o Dia de Liberdade Gay de San Francisco, na Califórnia. Em uma entrevista para o MoMA (Museu de Arte Moderna de Nova Iorque), o designer declara que "O arco-íris é tão perfeito porque realmente se ajusta à nossa diversidade em termos de raça, gênero, idade, todas essas coisas. Além disso, é uma bandeira natural - é do céu!" (BAKER, 2015). Desde então, sua bandeira representa internacionalmente o orgulho LGBT e é replicada de diversas formas e materiais. Segundo Baker, ao vê-la, ele sente que está entre pessoas similares, em um lugar seguro e que por ser uma bandeira, proclama poder.

Dessa forma, optei por utilizar como cores principais o roxo, azul, verde, laranja e vermelho. Por questões de contraste e legibilidade, o amarelo foi excluído da paleta. Essas cores são utilizadas nas ilustrações presentes no aplicativo, em elementos interativos, informações em destaque e para *feedbacks* positivos e negativos de ações realizadas na interface.



foto por Midia Ninja

#700f7b

#ff9700

#00a6e2

#de0034

#15bd57

#575757

5.3.4 -Tipografias utilizadas

A tipografia utilizada para construção da marca é chamada **Gilbert** e foi criada em memória após a morte de Gilber Baker, criador da bandeira LGBT. Ela foi desenvolvida em 2017 por uma parceria com NewFest, NYC Pride e Fontself para ser utilizada, gratuitamente, em *banners* e cartazes para manifestações e protestos. Devido a isso, tem boa legibilidade e uma grande espessura, para ser vista a uma certa distância.

Para esse projeto, adaptei a fonte, a utilizando em um formato outline para poder aplicar todas as cores do arco-iris.

Gilbert

**the quick brown fox jumps over the lazy
dog 1234567890.,/?!**

**THE QUICK BROWN FOX JUMPS OVER
THE LAZY DOG**

Como fonte auxiliar, foi selecionada a **Campton**, criada por Rene Bieder em 2014. Essa escolha se deu pelo fato de ser uma fonte sem serifa e geométrica, criando assim, uma boa composição com a Gilbert. Ela foi projetada baseada em tendências visuais do início do século XX para atingir neutralidade, simplicidade e sutileza. É utilizada como tagline da marca, em textos presentes em aplicações e títulos.

Campton

the quick brown fox **jumps over**
the lazy dog 1234567890.,/?!

THE QUICK BROWN FOX

JUMPS OVER THE LAZY DOG

Para o aplicativo, a escolha da fonte precisava levar em consideração questões de legibilidade em telas de tamanhos variados, uma família completa para que seus pesos sejam usados na hierarquia das informações e leveza para não destoar do restante da interface. Optei pela **Open Sans**, fonte sem serifa do Google, criada pelo designer Steve Matteson em 2011. Segundo ele, a fonte possui formas abertas e uma aparência neutra, mas amigável e é otimizada para legibilidade em interfaces de impressão, web e mobile. Ela possui cinco pesos, sendo cada um deles com uma opção em itálico e uma opção consensada, com mais 3 variações.

Open Sans

the *quick* brown fox **jumps over**
the lazy dog 1234567890.,/?!

THE *QUICK* BROWN FOX

JUMPS OVER THE LAZY DOG

5.3.5 - Identidade visual

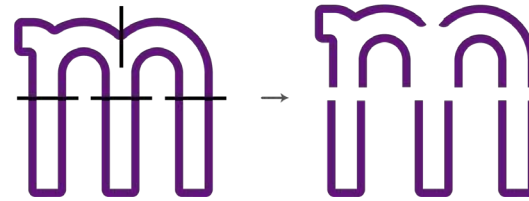
Após a definição da paleta de cores e tipografia a serem aplicadas no projeto, foi iniciada a fase de experimentação da marca, em que foram gerados os seguintes caminhos:



Ao finalizar este, o resultado ficou muito infantil, uma característica que eu não queria que a marca tivesse. Assim, optei por transformar todas as letras em *outline*, já que desta forma, o conjunto não ficaria tão carregado com cores.



Nessa opção, algumas letras não ficaram boas apenas com o contorno, já que a fonte não foi desenhada com essa intenção. Porém, devido a formação mais aberta das partes internas do M, optei por utilizá-lo sozinho, mas de forma com que todas as cores fossem aplicadas. Assim, segmentei a forma em 5 partes, trocando o rosa e amarelo por apenas uma cor, o vermelho.



Com a segmentação da letra, as partes foram coloridas na ordem da bandeira LGBT. Para a conclusão da marca, adicionei uma *tagline* com o nome do aplicativo, utilizando a tipografia secundária escolhida anteriormente.



5.3.6 - Ícone do aplicativo

¹⁸Área presente na parte superior da interface de um sistema operacional, em que são visualizadas informações sobre o aparelho, como sinal, status da bateria, horário e notificações.

Em um aplicativo, as aplicações mais relevantes da marca se dão pelo ícone de notificação, presente na *status bar*¹⁸ do sistema operacional, e o ícone do app. Este possui grande importância pois é utilizado na loja de downloads do smartphone, na tela inicial e menu dos aparelhos. Optei por utilizar um box branco, com bordas arredondadas, devido a marca possuir muitas cores e ser feita com contornos. Foi necessário aumentar o traçado da marca devido a sua redução. O ícone precisa se destacar e ao mesmo ter grande legibilidade, pois será aplicado de formas diferentes, já que dependendo da versão do android, o fundo da interface pode ser branco, preto, ou com uma imagem com baixa opacidade. Já o ícone de notificação, por diretriz do sistema operacional, precisa ser branco, já que será aplicado em diferentes cores.

Status bar:

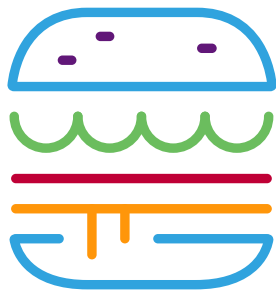


Ícone:

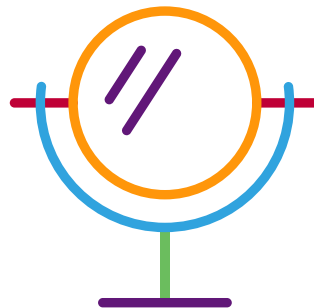


5.3.7 - Ilustrações

De acordo com o ditado popular, “uma imagem vale mais que mil palavras”. Esse fato se dá pois as pessoas absorvem informações com mais facilidade e agilidade do que apenas com textos e são atraídas por imagens, assim, estas não satisfazem apenas as necessidades informativas, mas também as estéticas. Elas também podem ser funcionais, como no caso de ícones, que substituem ações traduzidas em palavras. Para que elas sejam eficientemente aplicadas em interfaces de usuário, devem ser facilmente reconhecidas, serem atraentes, com informações claras e não devem sobrecarregar esteticamente as telas. Dessa forma, foram criadas ilustrações utilizando as definições de marca, como a paleta de cor e uso de contornos, conhecidos como estética *outline*. Estas são aplicadas em diversas telas do aplicativo e foram animadas para otimizar a interação dos usuários com o aplicativo.



Restaurantes



Estética



Hospedagem



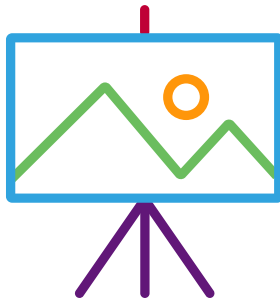
Resistência



Marsha



Estabelecimentos



Cultura



Permitir localização



Vida noturna



Lembrete



Like



Orgulho

5.3.8 - Aplicação física das ilustrações

As ilustrações foram aplicadas em adesivos, bottons e tatuagens temporárias com a intenção de propagar mensagens de apoio a diversidade. Esses formatos foram utilizados devido ao baixo custo de produção e a aderência do uso pelas pessoas.

As fotografias dos brindes ainda não foram produzidas.

5.3.9 - Família iconográfica

Os ícones são representações imagéticas de ações ou características. Foi construída uma família de diversos ícones com os mesmos atributos visuais, porém, seguindo padrões anteriormente estabelecidos em interfaces, com o objetivo do usuário não precisar ter uma curva de aprendizado e para simplificar suas tarefas. Todos os ícones foram desenhados apenas com linhas de contorno, para condizer com a identidade do projeto, terem alta pregnância e poucos detalhes, para não desviar a atenção do usuário de sua tarefa.



Gostei



Comentar



Compartilhar



Buscar



Salvar



Lembrete



Localização



Filtros



Ingressos



Perfil



Horário



Data



Voltar



Cancelar



Avançar



Mais

5.3.10 - Tom de voz

O tom de voz de uma marca significa a forma que ela se comunica com seu público. Ela será usada para orientar a construção de comunicados, posts em redes sociais, interações com os usuários, etc. Ela é aplicada de acordo com as características que a marca quer agregar para si e baseada na linguagem que seu público alvo costuma se comunicar. Por exemplo, um aplicativo de desenhos voltados para crianças não irá usar uma linguagem formal, com palavras rebuscadas, pois assim, a linguagem terá muitos ruídos entre o emissor e o receptor.

Nas comunicações do aplicativo, optei por utilizar uma linguagem coloquial, voltada para o público jovem, combinada com uma linguagem neutra de gênero. Nos textos, há também uma preocupação em mostrar que o público alvo são todos os LGBTs, já que muitas vezes, materiais voltados para essas pessoas contêm uma comunicação que só contempla os homens homossexuais.

Exemplos de texto:

Nosso aplicativo tem o nome de uma das primeiras e maiores ativistas pelos direitos de LGBT+s. Salve, Marsha.

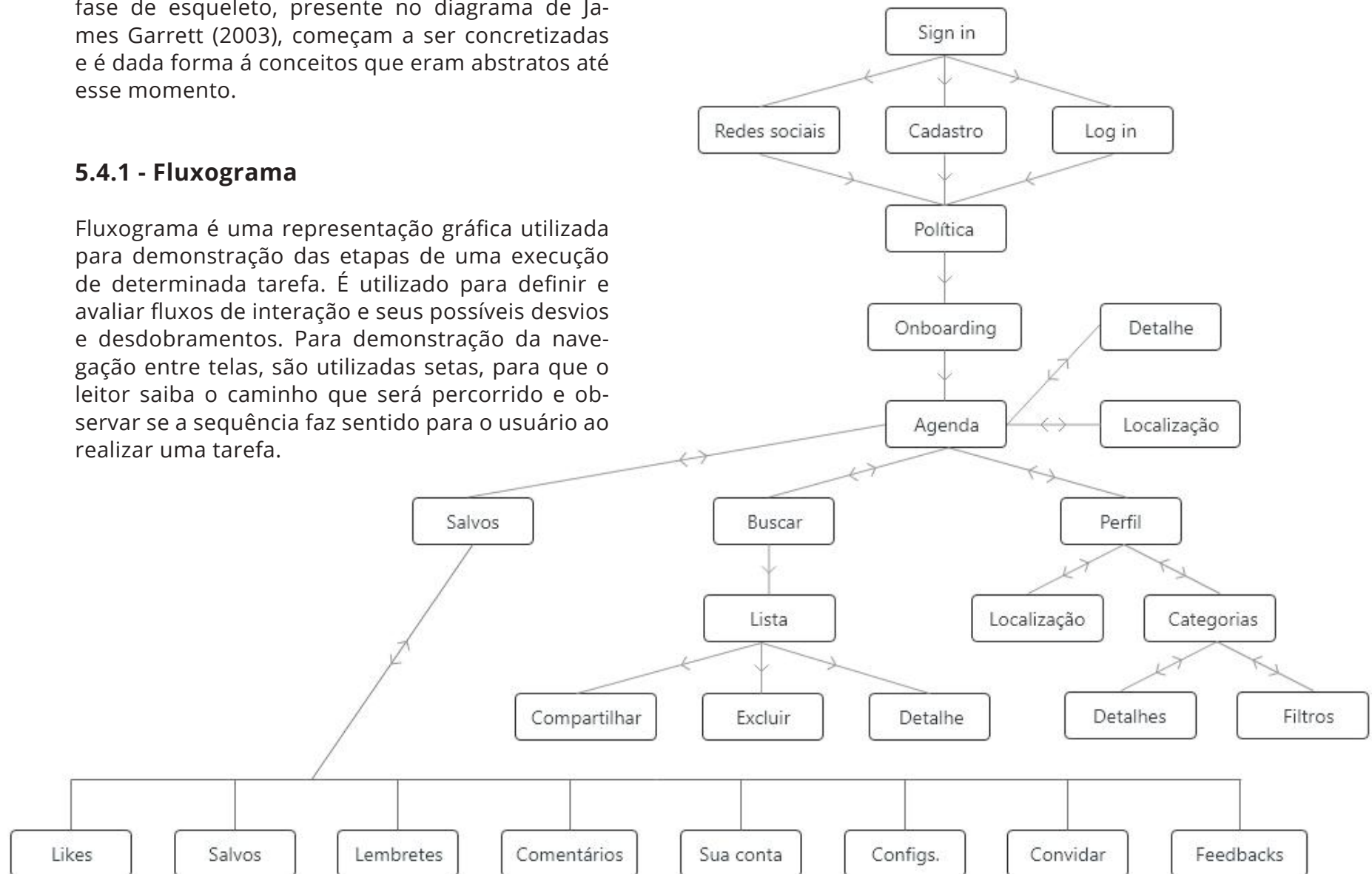
Nossa cultura nos empodera para a luta, estimulando nosso orgulho em ser quem somos e resistentes quando precisamos.

5.4 - Desenvolvimento do Aplicativo

Nessa etapa do projeto, as decisões tomadas na fase de esqueleto, presente no diagrama de James Garrett (2003), começam a ser concretizadas e é dada forma á conceitos que eram abstratos até esse momento.

5.4.1 - Fluxograma

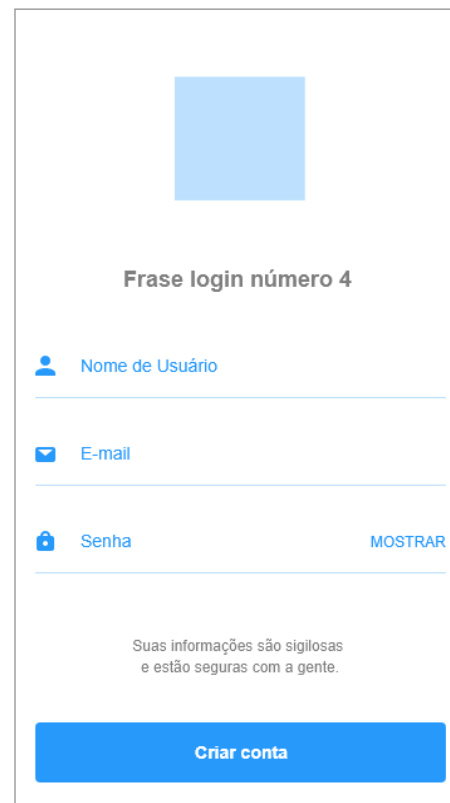
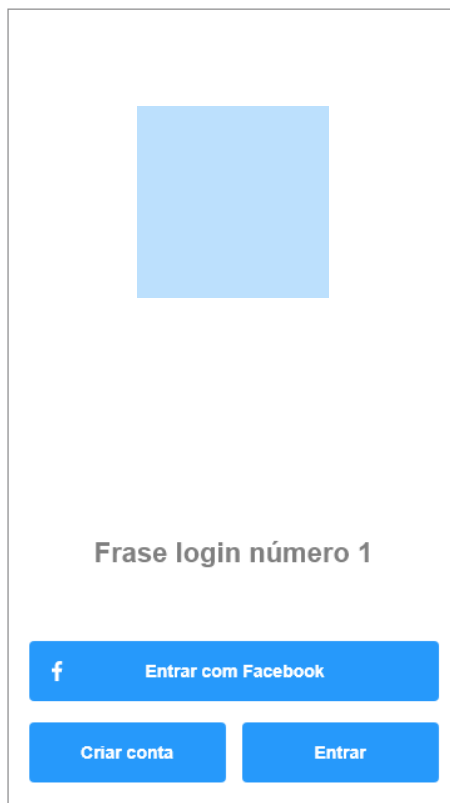
Fluxograma é uma representação gráfica utilizada para demonstração das etapas de uma execução de determinada tarefa. É utilizado para definir e avaliar fluxos de interação e seus possíveis desvios e desdobramentos. Para demonstração da navegação entre telas, são utilizadas setas, para que o leitor saiba o caminho que será percorrido e observar se a sequência faz sentido para o usuário ao realizar uma tarefa.




5.4.2 - Wireframes


¹⁹Pessoas envolvidas no projeto, que podem ser os tomadores de decisões relacionadas a negócios, desenvolvedores, gerentes de projeto, entre outros.

O Wireframe captura todas as decisões tomadas em momentos anteriores, como o design de interação e arquitetura de informação e dá forma a informações que ainda eram abstratas. Os desenhos criados são de baixa fidelidade, o que significa que eles serão elaborados com formas que representam os componentes da página, sem preocupação com cor, tipografia e iconografia. Eles são utilizados para dar forma a todas as decisões tomadas anteriormente e podem ser utilizados na criação de um protótipo para validação com usuários e stakeholders¹⁹.

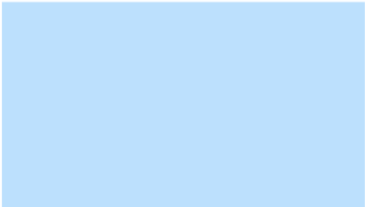






Rio de Janeiro



Essa semana



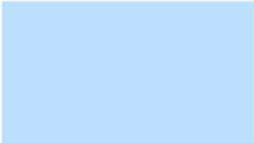

500



1k


Artista Nome Completo

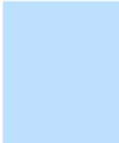
Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt ...

Segunda




500





Nome da festa

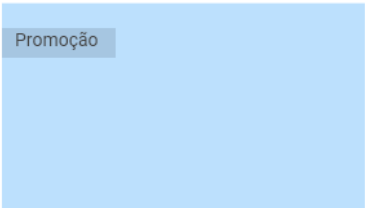
Local, cidade


Nome da festa


Local, cidade

Terça

Promoção

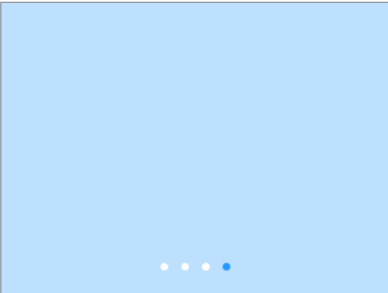




500



1k

Artista Nome Completo

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt ...





500



1k

Festa tal tal

por Organizador tal



Semana, mês e ano
Data final



Endereço completo
Cidade
Ver no mapa

Sobre o evento





Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt...

Denunciar

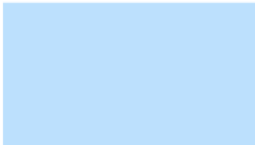
Ver mais


Sobre a organização


Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt

Eventos similares

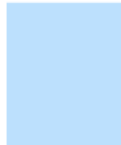



500



Nome da festa


Local, cidade




Nome da festa

Local, cidade

Comentários




Muito bom
Novembro de 2017



500

Primeira vez que fui e já quero voltar de novo. Fiquei apaixonado pelo local e me senti muito bem estando lá.

Denunciar



Lugar lindo!
Novembro de 2017


240

O lugar é muito bonito, limpo e cheiroso. Presto muita atenção em detalhes.

Denunciar







Estou muito orgulhosa
Novembro de 2017


120

É sempre muito bom me sentir bem vinda em um lugar, sem medo de olhares estranhos e comentários opressores.


Denunciar

Ver mais comentários




Festa tal tal

por Organizador tal



Semana, mês e ano
Data final



Endereço completo
Cidade
Ver no mapa

Sobre o evento





Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt...

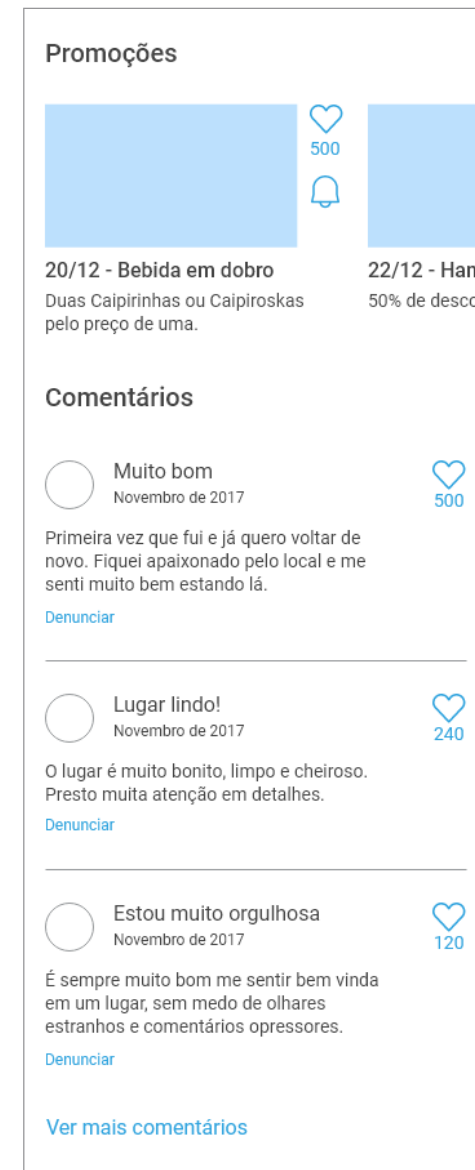
Denunciar

Ver mais

Sobre a organização

Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt



← Nome da festa

Q

3242 Comentários

Adicionar novo

Ordenar por mais populares ▼

Muito bom

Novembro de 2017

500

Primeira vez que fui e já quero voltar de novo. Fiquei apaixonado pelo local e me senti muito bem estando lá.

Denunciar

Lugar lindo!

Novembro de 2017

240

O lugar é muito bonito, limpo e cheiroso. Presto muita atenção em detalhes.

Denunciar

Estou muito orgulhosa

Novembro de 2017

120

É sempre muito bom me sentir bem vinda em um lugar, sem medo de olhares estranhos e comentários opressores.

Denunciar

Ver mais comentários

×

Onde?

Usar localização atual

Recente

Local

Local

Local

Cidades sugeridas

Cidade

Cidade

Cidade

Cidade

Ilha

Sugestões

Ilha Grande

Ilha do Governador

Ilha Fiscal

Cidades sugeridas

Cidade

Cidade

Cidade

Cidade

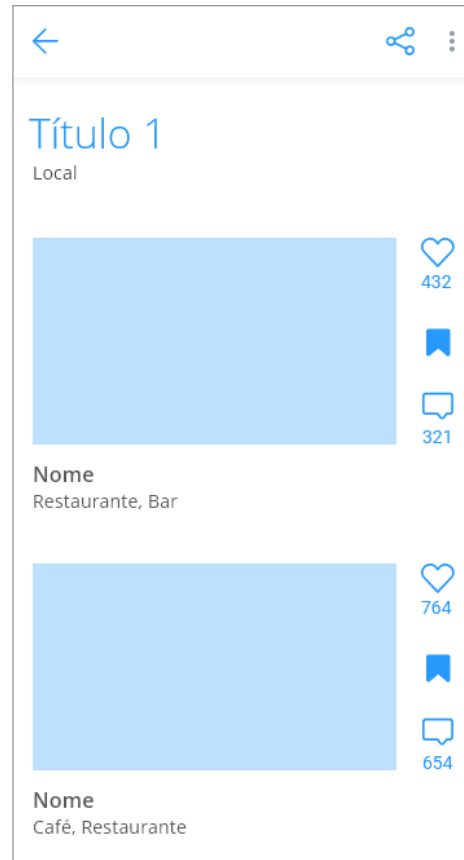
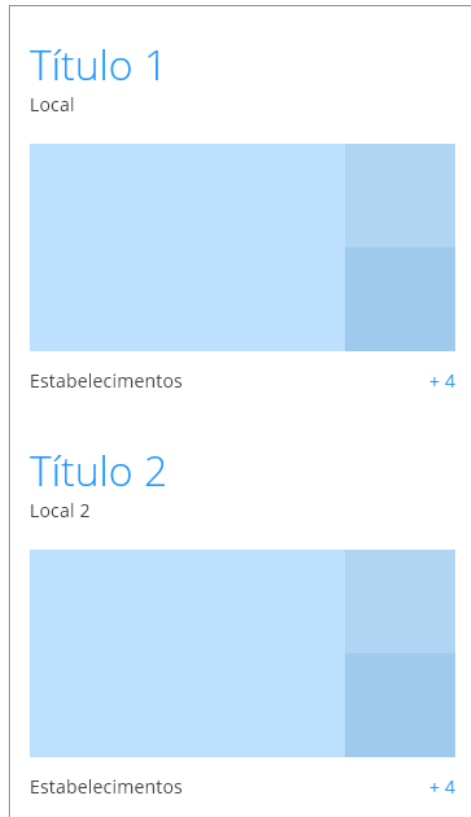
← Nome da festa

Q

Qual o título?

Qual o comentário?

Publicar



6 - Resultado

O entregável final do projeto é a interface do aplicativo, em que é definida a estética de cada tela. Aqui, o *wireframe* é detalhado com botões, ilustrações, ícones, imagens, conteúdos e grafismos. Nessa etapa, algumas das preocupações do designer é se a hierarquia das informações está correta, se as cores utilizadas tem um contraste bom para visualização, se as fontes estão em tamanhos legíveis ou muito grandes, se os ícones tem significados claros, entre outras características. Essa fase é de extrema importância, pois para o usuário, não importa se o processo de desenvolvimento foi correto se a interface não for convidativa e bela ao ponto dele se sentir satisfeito em sua utilização.

6.1 - Cadastro/Login

Na primeira tela do aplicativo, o usuário visualiza uma animação que alterna as frases “seja bem vindo”, “seja bem vinda”, “seja bem vindx” e “seja bem viada”, na tentativa de mostrar que realmente é um aplicativo para qualquer pessoa, não oprimindo ao utilizar apenas um gênero na frase. Nesta tela, existe a opção de criar um conta com redes sociais, visto que muitos usuários utilizam essa forma de *login* e cadastro.



Seja bem vindo

[Criar conta](#)

ou entre com

 Facebook

 Google

Já possui uma conta? [Faça Login](#)



Seja bem vinda

[Criar conta](#)

ou entre com

 Facebook

 Google

Já possui uma conta? [Faça Login](#)



E-mail

matheuslamoco@gmail.com

Senha



[esqueceu sua senha?](#)

Continuar



Nome de Usuário

Matheus Lamoço

E-mail

Senha



Suas informações são sigilosas
e estão seguras com a gente.

Continuar

6.2 - Onboarding

A introdução ao aplicativo é utilizada para contextualizar o usuário sobre funções, características da marca, mensagens, entre outras. Optei por utilizar uma redundância para a passagem de tela, pois caso o usuário não entenda que os círculos na área central são um feedback de rolagem, ele pode utilizar a seta, visto que é um elemento mais característico. Se ele preferir, pode também pular todo o onboarding, caso não se interesse em ler tudo.



Uma cidade + diversa

Com indicações colaborativas, você conhece estabelecimentos seguros e que fomentem a cultura LGBTQ+ na sua cidade

PULAR



Cultura para resistir

Nossa cultura nos empodera para a luta, estimulando nosso orgulho em ser quem somos e resistentes quando precisamos.

PULAR





Marsha P. Johnson

Nosso aplicativo tem o nome de uma das primeiras e maiores ativistas pelos direitos de LGBT+s. Salve, Marsha.

PULAR



Os melhores locais

Permitindo sua localização, podemos indicar locais próximos, sem você precisar se preocupar com buscas.



VAMOS LÁ!

6.3 - Política

Nesta tela, caso o usuário discorde da política do aplicativo, ele pode fechar e excluí-lo. Caso aceite, basta só clicar no botão.



Política Marsha

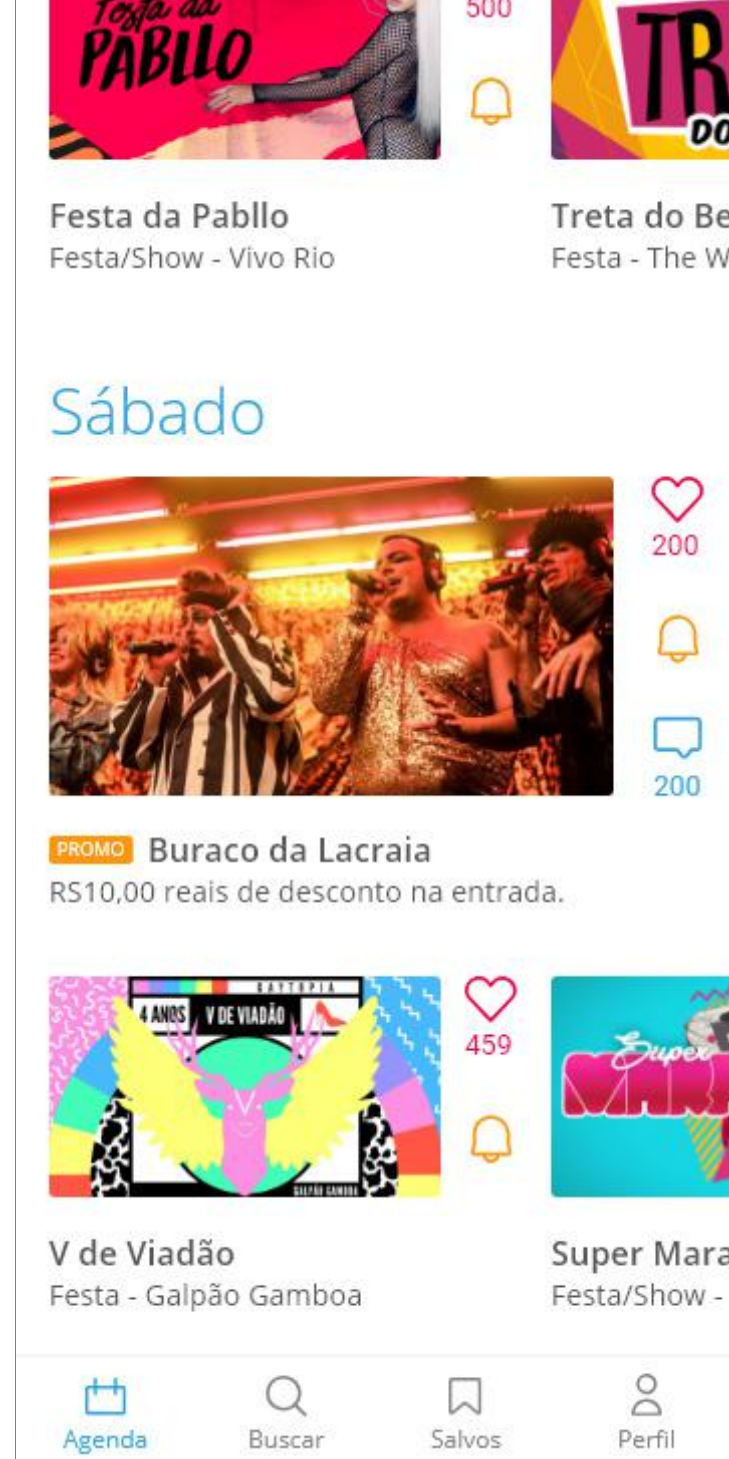
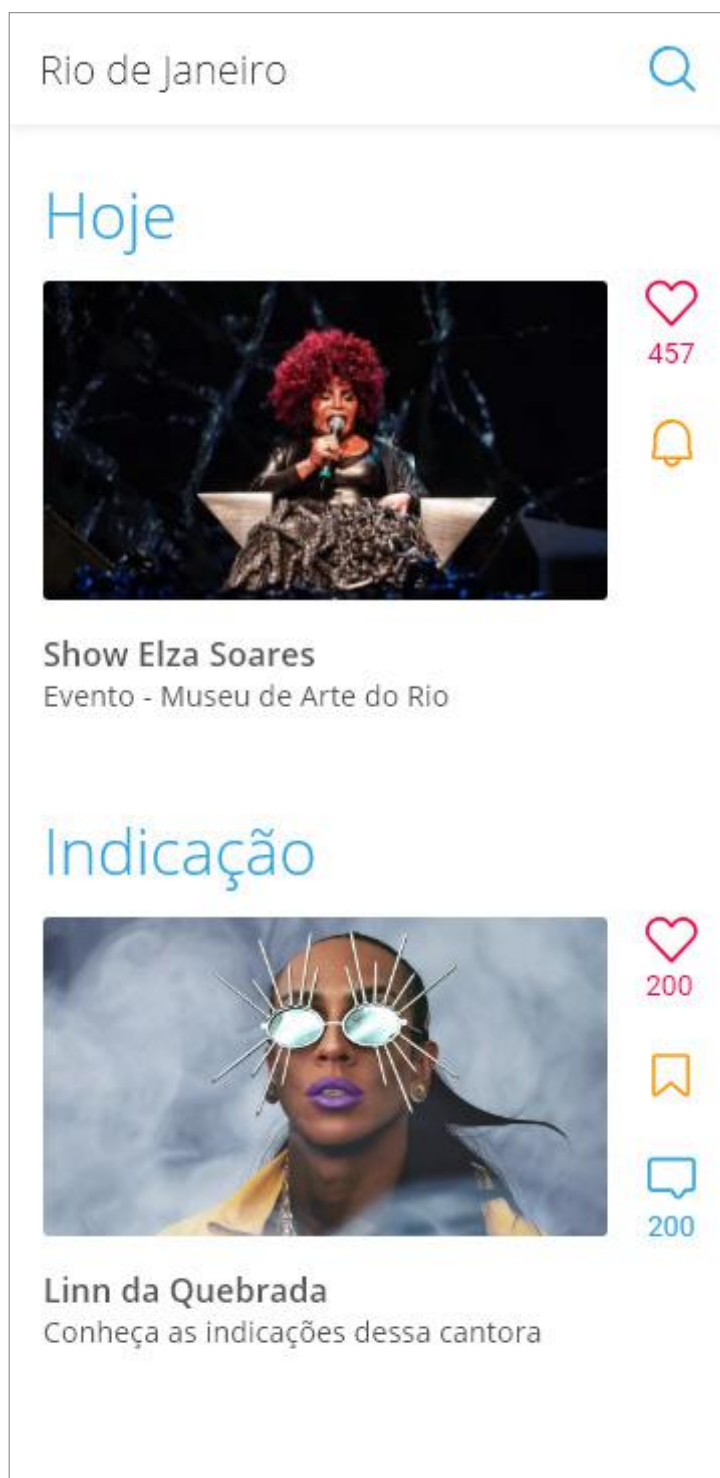
Nossos princípios fundamentais são inclusão e respeito. Acreditamos em um mundo em que a diversidade seja respeitada e que vivamos em harmonia com nossas diferenças.

Seu dever é fazer o possível para acolher, respeitar e empoderar outras pessoas. Você não deve nunca discriminar alguém por sua raça, gênero, orientação sexual, necessidade especial ou por nada que fuja dos padrões impostos pela sociedade.

Eu concordo

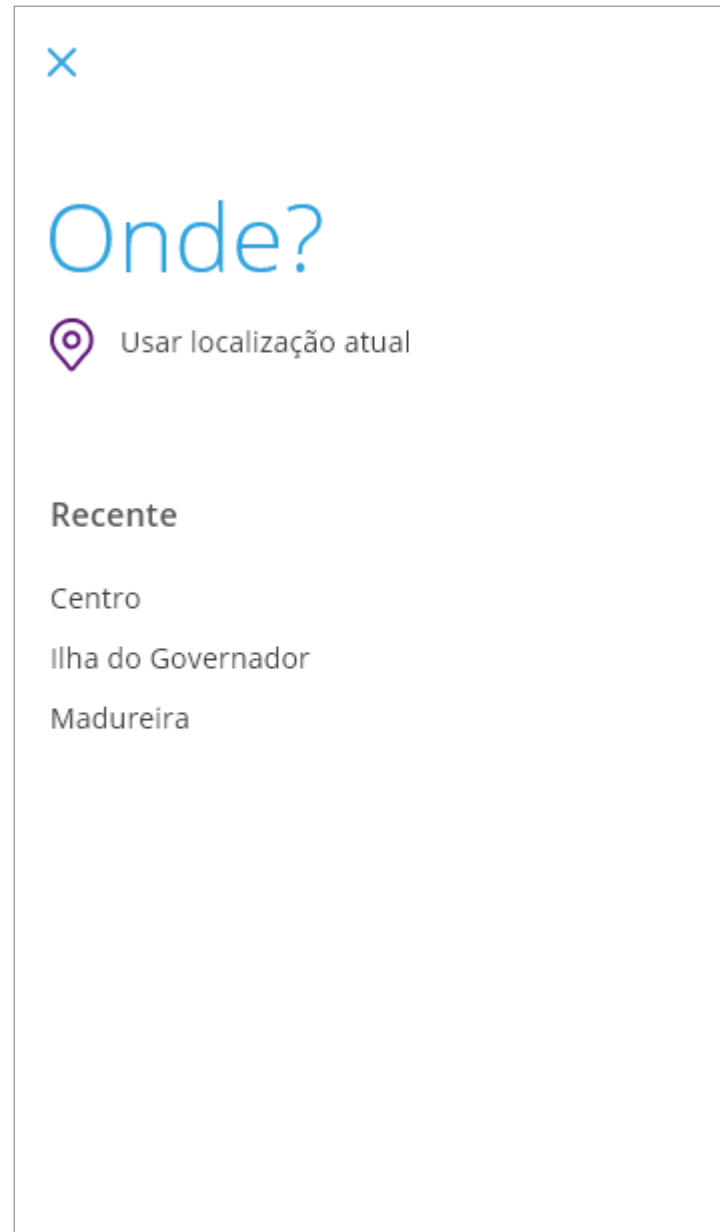
6.4 - Agenda

Após as telas iniciais do aplicativo, o usuário é direcionado para a agenda, local em que ele pode ver todos os eventos da semana. Caso tenha mais de um no dia, o usuário pode rolar lateralmente para ver os outros eventos. Se tiver uma promoção entre eles, ela fica grande, com a rolagem lateral embaixo para o restante. Optei por inserir entre os dias, uma seção chamada "Indicação", em que toda semana, um LGBT influente é convidado para indicar locais, eventos e estabelecimentos para os usuários do aplicativo.



6.4.1 - Localização

Ao clicar na busca de local, o usuário pode digitar ou utilizar sua localização atual. Nessa tela, está presente um histórico das últimas buscas, caso ele queira usar um local visto anteriormente.



6.4.2 - Detalhe do evento

Ao clicar em um evento, são fornecidas informações detalhadas para o usuário, como valor do ingresso, data e localização. Optei por não posicionar os ícones por cima da imagem, visto que geralmente eventos usam muitas cores para divulgação, assim, os ícones poderiam ficar com uma baixa pregnância.





457



Show Elza Soares

por MAR de Música



10 de Maio de 2018
De 18h às 22h



Museu de Arte Moderna - MAR
[Ver no mapa](#)



Gratuito

Sobre o evento

Mulher. Negra. Experiente. Aos 80 anos de idade, a cantora leva ao palco do Museu de Arte do Rio - MAR um show de tirar o fôlego, em homenagem a Marielle Franco... [ver mais](#)

[Denunciar](#)

Sobre a organização

Museu de Arte do Rio (MAR) é um museu do Rio de Janeiro, inaugurado em 1 de março de 2013, mantido em parceria dos órgãos públicos da cidade com a iniciativa privada... [ver mais](#)



Show Elza Soares





10 de Maio de 2018
De 18h às 22h



Museu de Arte Moderna - MAR
[Ver no mapa](#)



Gratuito

Sobre o evento

Mulher. Negra. Experiente. Aos 80 anos de idade, a cantora leva ao palco do Museu de Arte do Rio - MAR um show de tirar o fôlego, em homenagem a Marielle Franco... [ver mais](#)

[Denunciar](#)

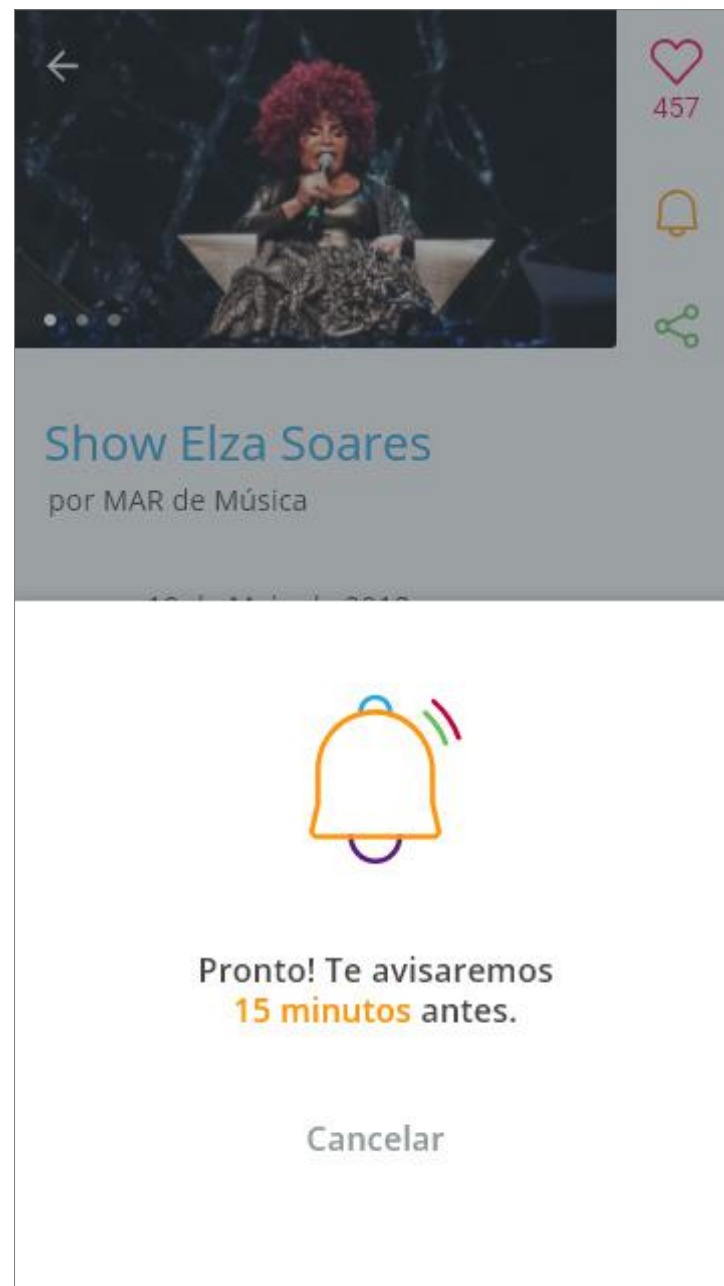
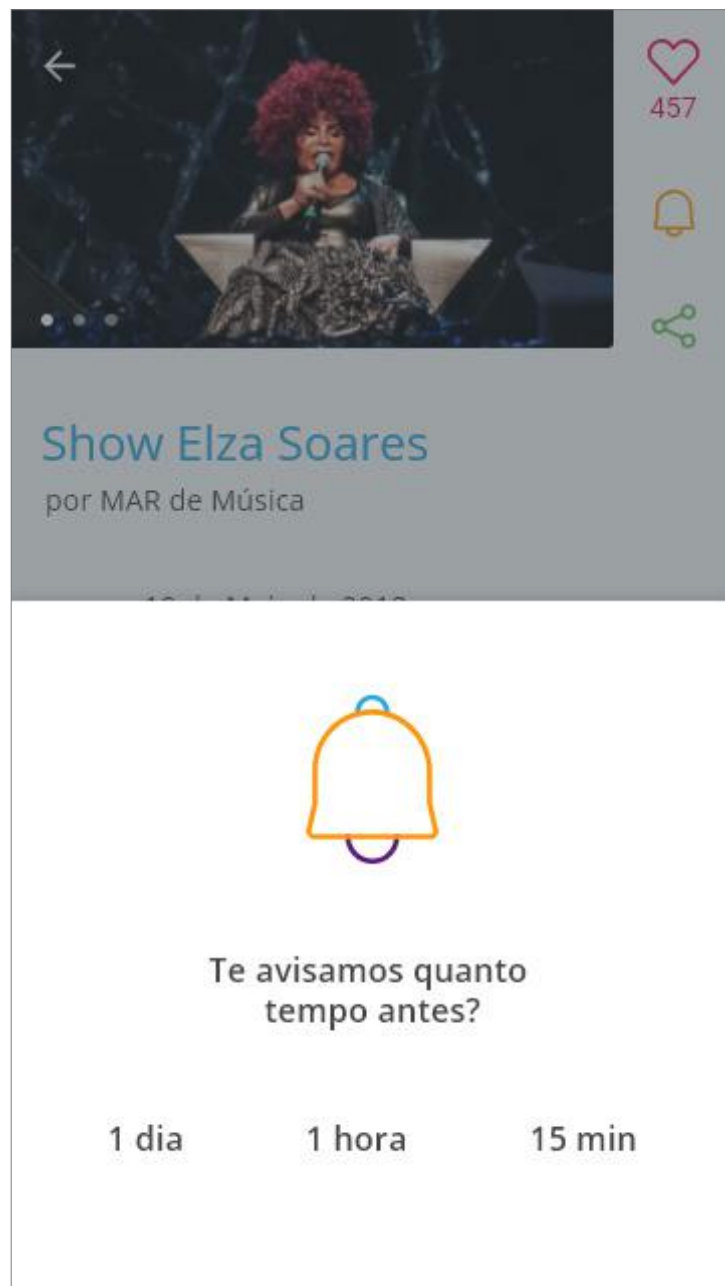
Sobre a organização

Museu de Arte do Rio (MAR) é um museu do Rio de Janeiro, inaugurado em 1 de março de 2013, mantido em parceria dos órgãos públicos da cidade com a iniciativa privada... [ver mais](#)



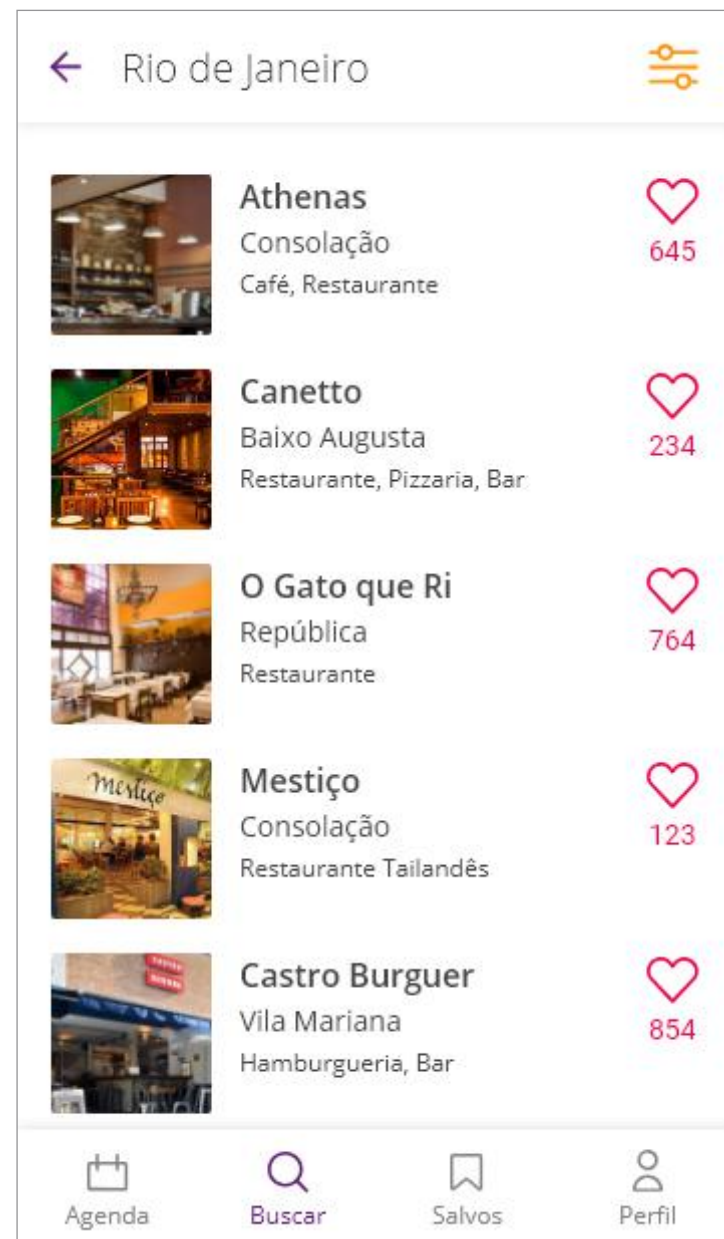
6.4.3 - Lembrete

Ao clicar no ícone de notificação, o usuário pode escolher com quanto tempo de antecedência deseja ser lembrado



6.5 - Buscar

Primeiramente, o usuário deve escolher uma nova localização ou caso esteja no lugar que deseja, selecionar uma categoria de estabelecimento para ver a listagem. Após isso, eles são visualizados do mais próximo ao mais longe. É possível clicar no ícone de filtragem para escolher parâmetros de busca.



6.5.1 - Filtros

Nesta tela, o usuário pode filtrar por estabelecimentos de sua preferência, definindo parâmetros de busca e de ordenação na lista. Todas as opções carregam em cinza e ao clicar, ficam amarelas para demonstrar que estão selecionadas. Também é possível voltar para a tela anterior, limpar as seleções ou concluir a ação.

×LIMPAR

Ordenar por:
Relevância Distância

Preço:
Baratin Justo Eita Ryca

Horário de funcionamento:
Aberto agora Manhã Tarde Noite

Distância:
500m 1km 5km 10km 50km

Filtrar

×LIMPAR

Acessibilidade:
Deficiência visual Auditiva Física

Formas de pagamento:
Débito Crédito Voucher

Outros:
Sistema de segurança Reservas
Área externa Área para crianças
Área para fumantes Opções Veganas
Opções Vegetarianas

Filtrar

6.5.2 - Detalhe

A página de detalhe tem como função dar mais informações ao usuário, como horário de funcionamento, localização, características do estabelecimento, entre outros. É possível visualizar as promoções daquele local, comentários de outros frequentadores e adicionar um novo para contar sua opinião, além de interações como compartilhar, curtir e salvar.




854





Castro Burger



De 14h às 23h
[Ver outros dias](#)



Praia de Copacabana, Rio de Janeiro
[Ver no mapa](#)

Sobre o estabelecimento











+2

Somos umas hamburgueria sediada na capital paulista que tem como base a máxima "unidade sem uniformidade e diversidade sem fragmentação. Nossa proposta é... [ver mais](#)









[Denunciar](#)

Promoções



Promoções


459

Hamburgão Vegano

Toda terça por metade do preço



Cosmopolita

Toda quinta p

Comentários

[Adicionar novo](#)


300

Muito bom

Novembro de 2017


500

Primeira vez que fui e já quero voltar de novo. Fiquei apaixonado pelo local e me senti muito bem estando lá.

[Denunciar](#)



Lugar lindo!

Outubro de 2017


234


O lugar é muito bonito, limpo e cheiroso. Presto muita atenção em detalhes.

[Denunciar](#)

[Ver mais comentários](#)


6.5.3 - Novo comentário

Ao digitar um comentário, o botão de publicar é visualizado, evitando que o usuário envie comentários vazios ou com um mínimo de caracteres.

 Novo comentário

Qual o título?

Qual o comentário?

 Novo comentário

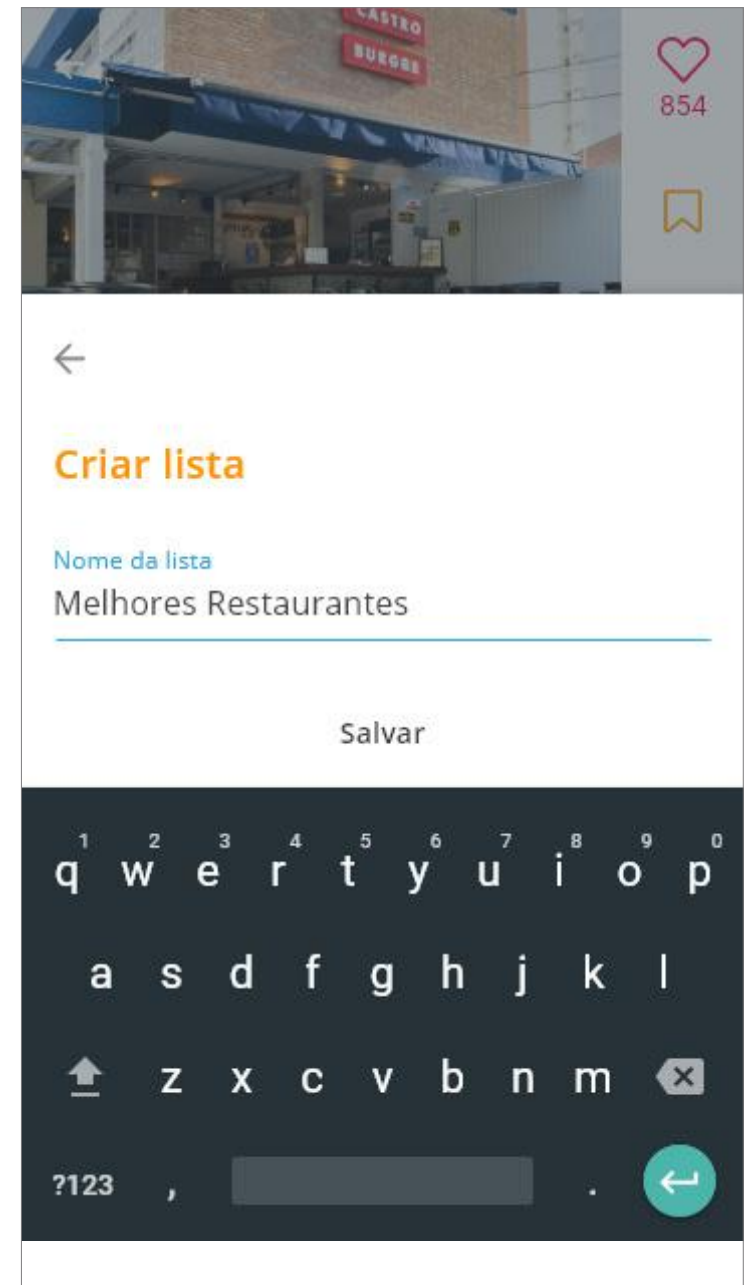
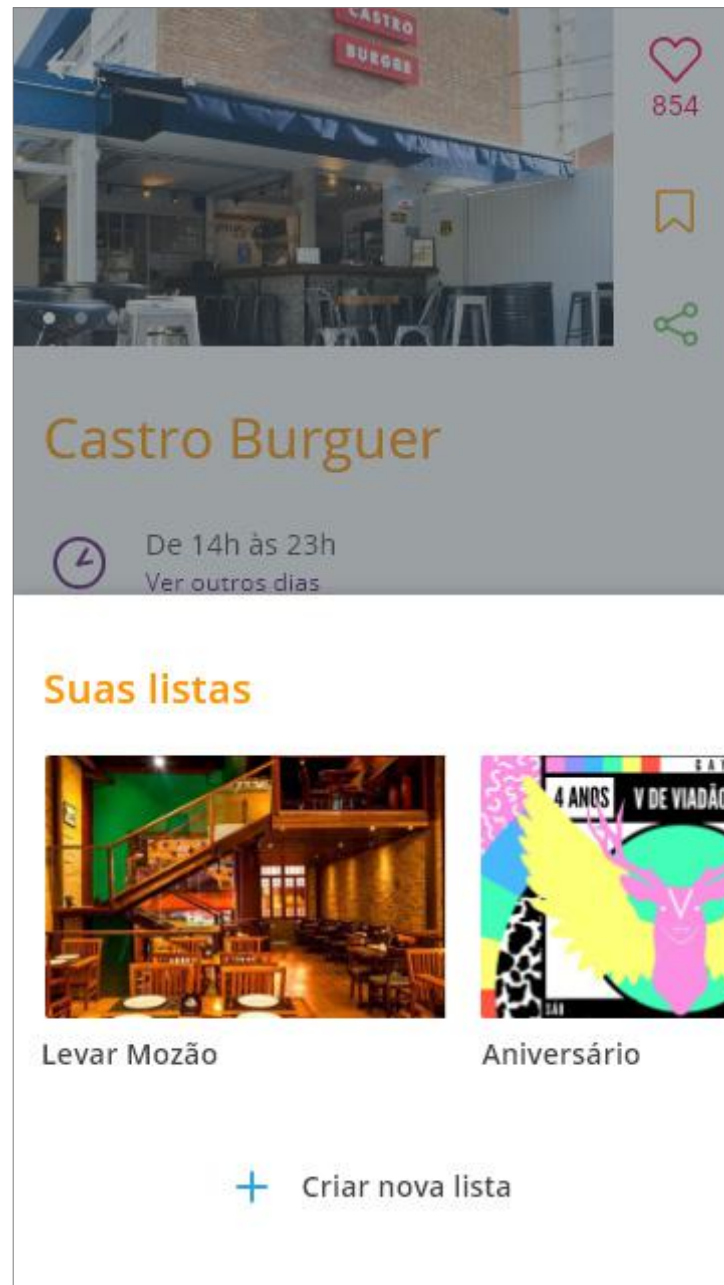
Muito bom!

Adorei o estabelecimento. Me senti querido e respeitado pelos atendentes.

Publicar

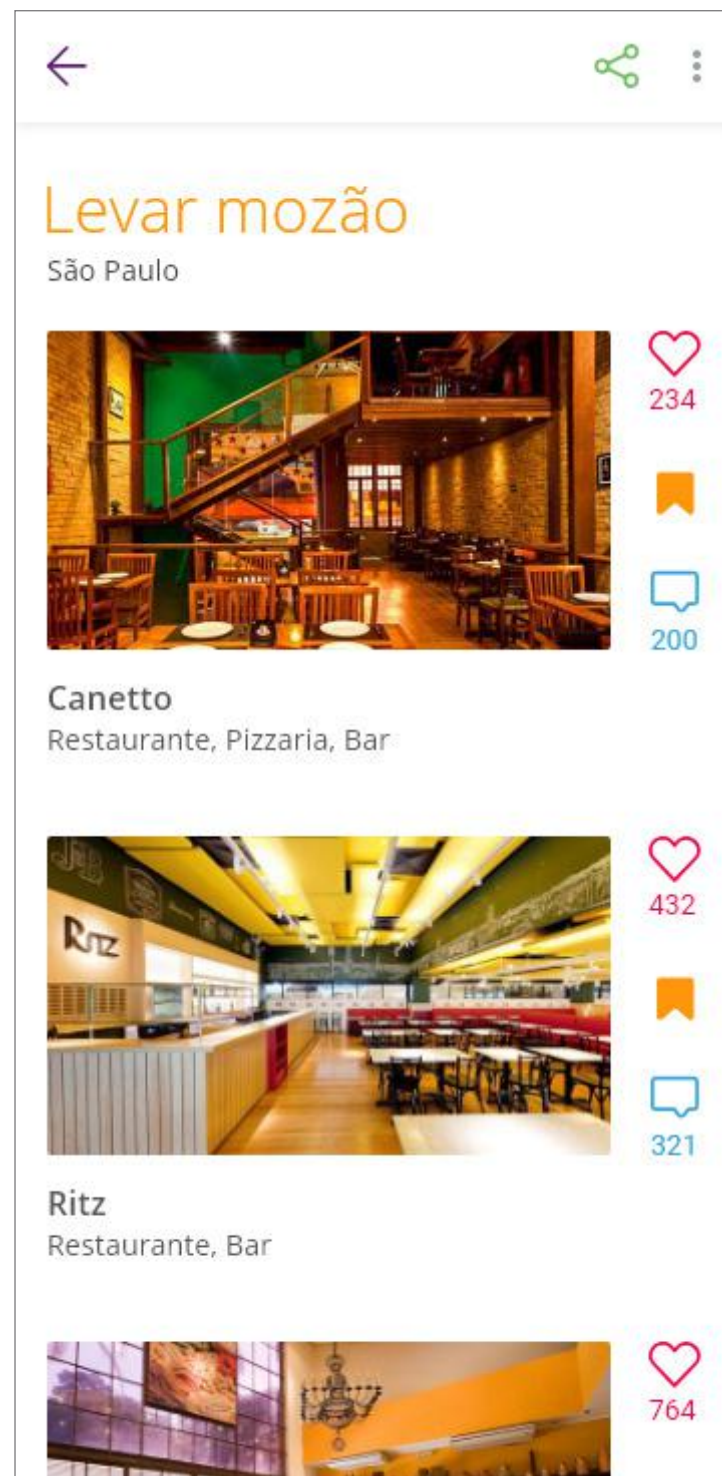
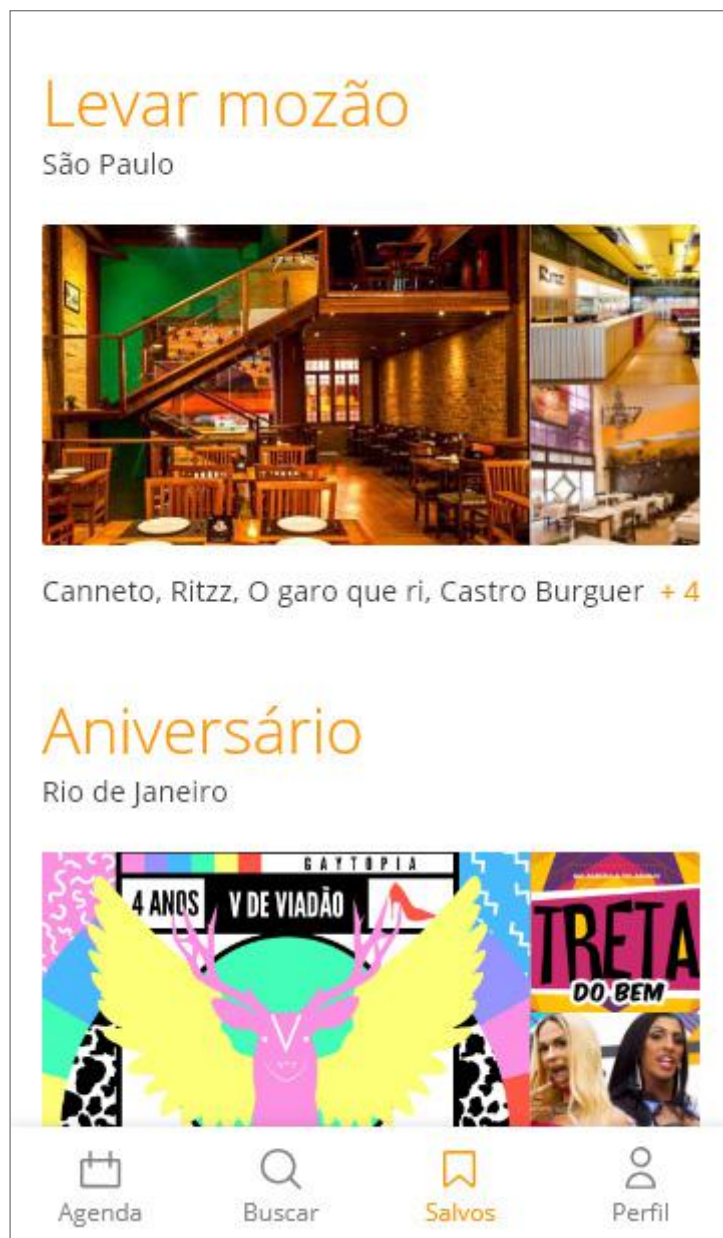
6.5.4 - Salvar

Ao clicar no ícone de salvar, o usuário pode escolher entre as listas salvas anteriormente ou criar uma nova, digitando um nome para ela.



6.6 - Salvos

Com a criação de listas, o usuário pode salvar estabelecimentos da forma que preferir, assim, eles ficam organizados para futuras consultas ou para compartilhar com amigos. Dentro da página de detalhes da lista criada, é possível excluir um estabelecimento clicando no ícone de salvar, que está preenchido como um *feedback* de seleção.



6.7 - Perfil

Nesta página, o usuário encontra as informações de sua conta, incluindo um histórico com todos os seus *likes*, estabelecimentos salvos, lembretes e comentários. Configurações da conta e do aplicativo também podem ser acessadas, assim como convidar amigos, enviando uma mensagem pelo facebook e enviar feedbacks de melhoria do aplicativo. Optei por não desenvolver a interface dessas funções, pois exigiriam muitas telas além das apresentadas.



Considerações Finais

Este projeto foi de muito valor no que diz respeito às minhas capacidades profissionais, visto que aprendi muito sobre metodologias e processos de construção de produtos digitais. Me aprofundi em assuntos imprescindíveis para minha carreira como designer e como membro de uma sociedade.

Todo o aprendizado sobre violência, cultura e história LGBT foi de extrema importância para o meu entendimento como pertencente a um grupo, que apesar de tantos pesares, possui força, união e conquista seus espaços. A leitura de pesquisas, relatórios e artigos sobre essa temática foram muito esclarecedores, porque tive conhecimento do tamanho do problema em que me encontro ao ser gay no Brasil, mas que posso ser protagonista de uma mudança.

Fico feliz de ter conseguido atingir as minhas expectativas em relação ao projeto e dele ter sido um estopim para futuros trabalhos relacionados a esse tema. Acredito que consegui utilizar na prática os aprendizados que obtive nesses anos de graduação, entre eles, destaco a visão que os professores tanto trabalharam para nos ensinar: o designer é um solucionador de problemas.

Nos capítulos iniciais desta monografia, optei por detalhar as questões de violência homotransfóbica e cultura LGBT por acreditar que esses dados devem ser informados para que as pessoas tenham conhecimento do problema e de uma cultura que foi invisibilizada, quando na verdade faz parte da história do Brasil como um todo.

Com a finalização deste projeto, tenho a certeza de que muito está por vir. Meu desejo é tornar o aplicativo uma realidade, por meio de seu desenvolvimento e inserção no mercado. Acredito no seu potencial de melhorar a situação de pessoas que ainda sofrem pela marginalização da diversidade.

Referências Bibliográficas

A Morte e a Vida de Marsha P. Johnson. Direção: David France, Produção: David France, Kimberly Reed, L.A. Teodosio. EUA: Netflix, 2017.

About Haring. Disponível em: <http://www.haring.com/!/about-haring/bio#.WsF2pljwblU>. Acesso em: 01 Maio 2018.

ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE TRAVESTIS E TRANSEXUAIS (ANTRA). **Mapa dos assassinatos de travestis e transexuais no Brasil em 2017.** Disponível em: <https://antrabrazil.files.wordpress.com/2018/02/relat-c3b3rio-mapa-dos-assassinatos-2017-antra.pdf>. Acesso em 25 maio 2018

BALZER, Carsten; LAGATA; Carla and BERREDO, Lukas. **TMM annual report 2016. TvT Publication Series**, vol.14, 2016. Disponível em: <https://transrespect.org/wp-content/uploads/2016/11/TvT-PS-Vol14-2016.pdf>. Acesso em 20 fev. 2018.

COELHO, Vinicius. **História e Imprensa homossexual em Lampião da Esquina (1978- 1981).** 3º Encontro Regional Sudeste de História e Mídia. Escola de Comunicação da UFRJ, abril de 2014

Comissão da Verdade. **Ditadura e homossexualidades: iniciativas da Comissão da Verdade do Estado de São Paulo Rubens Paiva.** 2014. Disponível em: http://comissaodaverdade.al.sp.gov.br/relatorio/tomo-i/downloads/I_Tomo_Parte_2_Ditadura-e-Homossexualidades-Iniciativas-da-Comissao-da-Verdade-do-Estado-de-Sao-Paulo-Rubens-Paiva.pdf. Acesso em: 19 fev. 2018.

DIVINAS Divas. Direção: Leandra Leal, Produção: Leandra Leal, Carol Benjamin, Rita Toledo, Natara Ney. Brasil: Vitrine Filmes, 2016.

DUBERMAN, Martin. **Stonewall.** 1993

DZI Croquettes. Direção: Raphael Alvarez, Tatiana Issa. Brasil: Canal Brasil, 2009.

EFREM FILHO, Roberto. **Corpos brutalizados: conflitos e materializações nas mortes de LGBT.** 2016

Em 2013, esperança de vida ao nascer era de 74,9 anos. 2014. Disponível em: <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-noticias/2013-agencia-de-noticias/releases/14712-asi-em-2013-esperanca-de-vida-ao-nascer-era-de-749-anos.html>. Acesso em 10 fev. 2018

Redtube & Brazil. 2016. Disponível em: <https://www.pornhub.com/insights/redtube-brazil>. Acessado em 15 fev. 2018.

GARETT, Jesse James. **The elements of user experience - Second edition**. 2013

Grupo gay da Bahia. **Relatório 2016: Assassinatos de LGBT no Brasil**. Disponível em: <https://homofobia-mata.files.wordpress.com/2017/01/relatc3b3rio-2016-ps.pdf> . Acesso em 2 fev. 2018.

Grupo gay da Bahia. **Relatório 2017: Pessoas LGBT mortas no Brasil**. Disponível em: <https://homofobia-mata.files.wordpress.com/2017/12/relatorio-2081.pdf> . Acesso em 11 abril. 2018.

Lam্পião da Esquina. Direção: Lívia Perez, Produção: Lívia Perez. Brasil: CineSesc, 2016.

LOWDERMILK, Travis. **Design Centrado no Usuário**. Novatec Editora, 2013.

PAZMINO, Ana Verônica. **Uma reflexão sobre Design Social, Eco Design e Design Sustentável**. Curitiba: I Simpósio Brasileiro de Design Sustentável, 2007.

SALES, Dimitri. **A importância das Paradas do Orgulho LGBT**. 2018. Disponível em: <http://agenciaaids.com.br/artigo/a-importancia-das-paradas-do-orgulho-lgbt/>. Acessado em 04 março 2018

FRANÇA, Isadora Lins. **Cercas e pontes: o movimento GLBT e o mercado na cidade de São Paulo**. 2006

Secretaria Especial de Direitos Humanos do Ministério das Mulheres, da Igualdade Racial e dos Direitos Humanos. **Relatório de Violência Homofóbica no Brasil: ano 2013**. Disponível em: <http://www.sdh.gov.br/assuntos/lgbt/dados-estatisticos/Relatorio2013.pdf>. Acessado em 17 fev. 2018